

UPAYA PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DEMI KELANGSUNGAN USAHA

(Studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe Sanan, Kota Malang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk mendapatkan Gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

Karuniawan Andre Endarto

NIM. 105030100111120



JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2014

MOTTO

*Bersukacitalah Senantiasa
(1 Tesalonika 5:16)*

*Kamu akan mendapatkan seperti biasanya jika kamu
melakukan hal yang biasa kamu lakukan
Lakukanlah hal yang berbeda dan sempurnakanlah
maka kamu akan mendapatkan lebih*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tua (Djoko Widarto dan Endang Titi P) yang telah mencurahkan kasih dan cintanya, kedua kakak beserta keponakan ku tersayang 😊 😊

Kepada sahabat yang telah memberi saran, kritik, sumbangan pemikiran dan membantu menyiapkan kebutuhan penulisan skripsi: Niken, Dedy, Ratna, Faisal, Agniesya, Weni.

Kepada sahabat KPP HRROUWE7: Aprelia, Alun, Imelda, Doni, Mas Lutfi, Anjar.

Teman-teman I Publik: Henny, Putri, Yagen, Dzulfikar, Dion serta teman-teman lain yang selalu memberi dukungan 😊

TANDA PERSETUJUAN

Judul : Upaya Pengembangan Industri Kecil Demi Kelangsungan
Usaha (Studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe
Sanan, Kota Malang)

Disusun Oleh : Karuniawan Andre Endarto

NIM : 105030100111120

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Konsentrasi : -

Malang 20 Juni 2014

Komisi Pembimbing

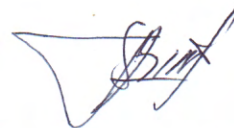
Ketua



Drs. Heru Ribawanto, MS.

NIP. 19520911 197903 1 002'

Anggota



Drs. Siswidiyanto, MS.

NIP: 19600717 198601 1 002

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Juni 2014
Jam : 08:00 – 09:00
Skripsi atas nama : Karuniawan Andre Endarto
Judul : Upaya Pengembangan Industri Kecil Demi Kelangsungan Usaha (studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe Sanan, Kota Malang)

DAN DINYATAKAN LULUS

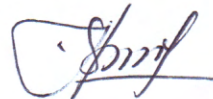
MAJELIS PENGUJI

Ketua



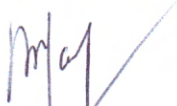
Drs. Heru Ribawanto, MS
NIP. 19520911 197903 1 002

Anggota



Drs. Siswidiyanto, MS
NIP. 19600717 198601 1 002

Anggota



Dr. Bambang Santoso H, MS
NIP. 19610204 198601 1 001

Anggota



Drs. Minto Hadi, M.Si
NIP. 19540127 198103 1 003

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat2 dan pasal 70)

Malang, 20 Mei 2014



Karuniawan Andre Endarto
NIM. 105030100111120

RINGKASAN

Karuniawan Andre Endarto, 2014, **Upaya Pengembangan Industri Kecil Demi Kelangsungan Usaha (Studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe Sanan, Kota Malang)**. Drs. Heru Ribawanto, MS. sebagai Dosen Pembimbing I, dan Drs. Siswidiyanto, MS. sebagai Dosen Pembimbing II. 148 Hal + xiv

Keripik tempe menjadi salah satu jajanan khas yang dijadikan oleh-oleh dari Kota Malang. Tempe yang berlimpah membuat pengusaha memberikan inovasi mengolah tempe menjadi keripik tempe sebagai alternatif untuk melanjutkan keberlangsungan usaha. Permasalahan yang terjadi di industri keripik tempe Sanan adalah keterbatasan kemampuan manajemen usaha oleh pengusaha. Pihak yang terkait antara lain: Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dan Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan Mitra Bank (UPT KKMB) kantor perwakilan Bank Indonesia cabang Malang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Malang dan lembaga terkait untuk mengembangkan industri keripik tempe Sanan serta untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor penghambat dan pendukung kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan meliputi 4 aspek. Fasilitas permodalan dilakukan oleh UPT KKMB melalui KUR (Kredit Usaha Rakyat) dan Kredit Pos Daya. Pengembangan produksi dilakukan oleh dinas melalui sosialisasi standart keamanan pangan, serta fasilitas pendaftaran merek dan logo. Pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) berupa pembinaan manajemen keuangan dan pembinaan desain kemasan. Fasilitas pemasaran berupa penyelenggaraan pameran, mengikuti forum dagang antar provinsi atau pulau dan memfasilitasi hubungan kemitraan. Temuan lapangan yang menjadi faktor penghambat antara lain: keterbatasan pegawai dinas, waktu pembinaan yang tidak tepat, infrastruktur parkir yang minim dan harga kedelai import yang tidak stabil. Sementara itu faktor pendukung dalam penelitian ini adalah beberapa sikap pengusaha yang kooperatif, akses menuju sentra industri yang mudah, daerah tujuan wisata, terbentuknya sentra industri, serta terdapat dinas dan lembaga yang mendukung.

Kata Kunci: Pengembangan, Industri Keripik Tempe Sanan.

SUMMARY

Karuniawan Andre Endarto, 2014, **Small Industrial Development Efforts for Business Sustainability (Case on development of Sentra Industri Tempe Sanan, Malang City)**. Drs. Heru Ribawanto, MS. as Supervisor I, and Drs. Siswidiyanto, MS. As Supervisor II. 148 Pages + xiv

Tempe chips become one of special snacks which serve as a souvenir from Malang City. Tempe that overflow make entrepreneurs provide innovation to process tempe become tempe chips as alternative for continue the business industry. The problems that occur in the industry tempe chips Sanan is the limited ability of business management by employers. Actor that related include: Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi and UKM Malang Regency and Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan Mitra Bank (UPT KKMB) representative Office of Bank Indonesia Malang branch.

The purpose of this study was to determine and describe the efforts of the Government of Malang and institutions to develop industry tempe chips Sanan and to investigate and describe the factors inhibiting and supporting industrial development activities tempe chips Sanan. This type of research is a descriptive research with a qualitative approach. This research uses interactive data analysis model of Miles and Huberman.

Based on the results of this research can be known that the efforts of improving tempe chips industry Sanan consist of 4 aspects. Facilitation of capital made by UPT KKMB through KUR (Kredit Usaha Rakyat) and Kredit Pos Daya. Development of production carried out by the department through the socialization of food safety standards, as well as facilitating registration of marks and logos. Human Resource Development in the form of financial management training and training for packaging design. Facilitation of marketing in the form of organizing exhibitions, joins inter-provincial trade forum or island and facilitate partnership relations. Field findings that become inhibiting factor include: limitation of office staff, time of developing is not right, lack of parking infrastructure and unstable price of imported soybean. Meanwhile supporting factor in this research is some cooperative attitude from entrepreneurs, easy access to the industrial centers, tourist destinations, creation of industrial centers, and support from some agencies and organizations.

Keywords: Development, Industry tempe chips Sanan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yesus karena atas berkat, kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Upaya Pengembangan Industri Kecil Demi Kelangsungan Usaha (Studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe Sanan, Kota Malang)”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Atas tersusunnya skripsi ini disampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesungguhan dan tulus ikhlas. Pada kesempatan ini disampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dorongan, dukungan serta kasih sayang dan doa yang begitu tulus selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Prof. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Choirul Saleh M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Dr. Lely Indahmindarti, M.Si selaku ketua Prodi Jurusan Ilmu Administrasi Publik.
5. Bapak Drs. Heru Ribawanto, MS selaku ketua dosen pembimbing yang telah memberikan waktu untuk bimbingan dan petunjuknya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Siswidiyanto, MS selaku anggota dosen pembimbing yang telah memberikan waktu untuk bimbingan dan petunjuknya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Ida Ayu Made Wahyuni, SH, M.Si., selaku Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang atas waktu dan kemudahan yang diberikan dalam melakukan penelitian.
8. Bapak Drs. Supriyadi, M.Pd selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang atas waktu dan kemudahan yang diberikan dalam melakukan penelitian.
9. Bapak Dr. Sunardi, MM selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja Bank Indonesia cabang Malang atas waktu dan kemudahan yang diberikan dalam melakukan penelitian.
10. Bapak dan Ibu pengusaha keripik tempe Sanan yang telah memberi pengarahan dan informasi terkait pengembangan industri keripik tempe Sanan.
11. Seluruh teman-teman jurusan Administrasi Publik angkatan tahun 2010 dan semua teman yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih belum sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Juni 2014

Karuniawan Andre Endarto

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penulisan.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik.....	14
1. Pengertian Administrasi Publik	14
2. Ruang Lingkup Administrasi Publik.....	15
B. Administrasi Pembangunan	16
1. Pengertian Administrasi Pembangunan	16
2. Pengertian Pembangunan	17
3. Peran Pemerintah dalam Pembangunan	19
C. Konsep Industri	21
1. Pengertian Industri	21
2. Tujuan Pengembangan Industri	21
3. Klasifikasi Industri	22
4. Pengertian Industri Kecil	24
5. Masalah yang dihadapi Industri Kecil.....	25
6. Peran Industri Kecil dalam Pembangunan	28
D. Konsep Pengembangan Industri Kecil	29
1. Pengertian Pengembangan	29
2. Bentuk Pengembangan Industri Kecil.....	30

3. Strategi Pengembangan Industri Kecil	31
4. Fokus Pengembangan Industri Kecil	36
5. Pendekatan SWOT dalam Industri Kecil	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	46
B. Fokus Penelitian	48
C. Lokasi dan Situs Penelitian	48
D. Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Instrumen Penelitian	53
G. Analisis Data	54

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data	57
1. Gambaran Umum Kota Malang	57
a. Kondisi Geografis Kota Malang	57
b. Visi dan Misi Kota Malang	59
c. Tribina Cipta Kota Malang	61
2. Gambaran Umum Dinas Perindustrian dan Perdagangan	64
a. Profil Disperindag Kota Malang	64
b. Visi dan Misi	65
c. Tugas Pokok dan Fungsi	66
3. Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM	69
a. Visi dan Misi	69
b. Tugas Pokok dan Fungsi	70
4. Gambaran Umum UPT KKMB	74
a. Pembentukan KKMB	74
b. Posisi Strategis UPT KKMB dalam Pengembangan UMKM	75
c. Pengembangan UMKM di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang	77
5. Gambaran Umum Industri Keripik Tempe Sanan	78
a. Sejarah Tempe dan Keripik Tempe Sanan	78
b. Gambaran Umum Sentra Industri Tempe Sanan	79
B. Penyajian Data Fokus	81
1. Upaya Pengembangan Keripik Tempe Sanan	81
a. Fasilitasi Permodalan	81
b. Pengembangan Produksi	88
c. Pengembangan SDM	95
d. Fasilitasi Permasaran	98
2. Faktor Penghambat dan Pendukung dalam pengembangan keripik tempe Sanan	106
a. Faktor Penghambat	106

1) Jumlah Sumber Daya Aparatur	106
2) Waktu Pembinaan.....	108
3) Infrastruktur Parkir	109
4) Bahan Baku Kedelai Import	109
b. Faktor Pendukung	111
1) Sikap Kooperatif Pengusaha	111
2) Akses Menuju Sentra Industri	112
3) Daerah Tujuan Wisata	112
4) Terbentuknya Sentra Industri	113
5) Terdapat Instansi Pendukung	114
C. Pembahasan	117
1. Upaya Pengembangan Keripik Tempe Sanan	117
a. Fasilitas Permodalan	117
b. Pengembangan Produksi	121
c. Pengembangan SDM	125
d. Fasilitas Permasaran	128
2. Faktor Penghambat dan Pendukung dari upaya pengembangan keripik tempe Sanan	130
a. Faktor Penghambat	130
1) Jumlah Sumber Daya Aparatur	130
2) Waktu Pembinaan	132
3) Infrastruktur Parkir	133
4) Bahan Baku Kedelai Import	134
b. Faktor Pendukung	135
1) Sikap Kooperatif Pengusaha	135
2) Akses Menuju Sentra Industri	136
3) Daerah Tujuan Wisata	137
4) Terbentuknya Sentra Industri	137
5) Terdapat Instansi Pendukung	138

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	140
B. Saran	143

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Industri Tempe Sanan, Kota Malang	6
Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro dan Kecil	42
Tabel 3. Peluang dan Tantangan Usaha Mikro dan Kecil	43
Tabel 4. Data Industri Tempe dan Keripik Tempe Sanan Tahun 2012	80
Tabel 5. Perkembangan Realisasi Penyaluran Kredit UMKM melalui KKMB	84
Tabel 6. Realisasi Kredit UMKM Sektor Industri Pengolahan	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Strategi Sinergitas Pengembangan UKM	35
Gambar 2 : Analisis Data Model Interaktif	56
Gambar 3 : Peta Kota Malang	58
Gambar 4 : Proses Pemotongan	92
Gambar 5 : Penggorengan tempe	92
Gambar 6 : Pengemasan	92



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah memegang peranan yang cukup dominan dalam kehidupan bernegara setiap masyarakatnya. Mulai dari pengurusan akta kelahiran sampai surat kematian terdapat campur tangan pemerintah dalam kehidupan masyarakat. Pemerintah melakukan pembangunan nasional yang bertujuan mewujudkan masyarakat adil, makmur dan merata yang merata disetiap level masyarakat. Untuk mewujudkan pembangunan nasional tidak hanya pemerintah yang berperan, tetapi juga didampingi oleh masyarakat dan pihak swasta. Namun pemerintah memainkan peranan yang dominan dalam proses pembangunan nasional. Terdapat beberapa peran yang dijalankan pemerintah, antara lain selaku stabilisator, selaku inovator, selaku modernisator, selaku pelopor dan pelaksana sendiri dari kegiatan pembangunan tertentu (Siagian 2012:42).

Pembangunan nasional di Indonesia juga tak terlepas dari tujuan negara yang telah ditetapkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Tujuan negara yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Tujuan negara dan pembangunan nasional berjalan berkesinambungan demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan

yang meliputi bidang pembangunan sosial, ekonomi, politik, budaya, pertahanan dan keamanan, dari semua bidang pembangunan tersebut pemerintahlah yang memiliki peran dominan untuk mewujudkannya.

Peran pemerintah dalam pembangunan di bidang ekonomi salah satunya dapat diwujudkan dengan menumbuhkan, mengembangkan dan melindungi usaha mikro kecil dan menengah atau ada yang menyebut industri kecil. Industri kecil dipilih karena selain untuk meningkatkan kesempatan kerja dan sumber pendapatan khususnya bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah juga dapat menyalurkan ide ekonomi kreatif menjadi suatu produk yang mempunyai nilai jual. Industri kecil yang berkembang nantinya akan membawa dampak meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal. Industri kecil ini akan menyerap tenaga kerja disekelilingnya sehingga pengangguran dapat berkurang dan pendapatan masyarakat sekitar akan meningkat. Industri Kecil menurut Tambunan (2002:49) adalah “unit usaha dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha”.

Industri kecil dalam perkembangannya merupakan salah satu pusat perkonomian di Indonesia. Sektor ini memiliki peranan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional karena industri ini mampu bertahan di dalam krisis ekonomi dan memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun regional. Hingga tahun 2012, jumlah unit usaha Industri Kecil Menengah (IKM) mencapai 4 juta unit dan menyerap tenaga kerja sebanyak 9,4 juta orang. Dari jumlah IKM tersebut, investasi yang dihasilkan mencapai Rp 261 triliun dengan nilai ekspor sebesar USD 16,5 milyar atau 14,2% dari total ekspor industri non-migas. Hal ini

menunjukkan bahwa IKM memiliki peran penting bagi industri nasional (kemenperin.go.id).

Lebih lanjut, data yang diperoleh dari website Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (kemenperin.go.id) menunjukkan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 6,2% pada tahun 2012. Dari pertumbuhan tersebut, Sektor Industri Pengolahan menyumbang pertumbuhan sebesar 1,62%. Kemudian diikuti oleh Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran yang menyumbang sebesar 1,22% dan Sektor Pengangkutan dan Komunikasi menyumbang sebesar 1,02%. Sedangkan kontribusi sektor-sektor lainnya di bawah 1%. Hasil-hasil yang dicapai tidak terlepas dari kebijakan dan upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah serta didukung oleh para pelaku usaha dan masyarakat dalam rangka pengembangan dan peningkatan daya saing industri nasional. Oleh karena itu, Pemerintah terus melakukan berbagai upaya untuk pengembangan IKM, antara lain:

- (1) Pengembangan IKM diupayakan sejalan dengan penguatan struktur industri dengan memperbesar keterkaitan antara industri besar dengan IKM, melalui insentif kepada industri besar agar lebih melibatkan IKM dalam rantai nilai industrinya;
- (2) Meningkatkan akses IKM terhadap sumber pembiayaan dengan mendorong perbankan menciptakan sistem pembiayaan yang lebih fleksibel dan mengakomodir sifat IKM. Fasilitasi bagi terbentuknya Modal Ventura oleh industri besar;
- (3) Mendorong tumbuhnya kekuatan bersama sehingga terbentuk kekuatan kolektif untuk menciptakan skala ekonomis melalui procurement dan pemasaran bersama.
- (4) Perlindungan dan fasilitasi terhadap inovasi baru dengan mempermudah pengurusan hak paten bagi kreasi baru yang diciptakan IKM;
- (5) Diseminasi informasi dan fasilitasi promosi dan pemasaran di pasar domestik dan ekspor;
- (6) Peningkatan kemampuan SDM melalui pelatihan, pendampingan, magang dan studi banding;
- (7) Peningkatan teknologi melalui restrukturisasi mesin peralatan IKM;
- (8) Peningkatan kualitas produk melalui fasilitasi penerapan standar produk-produk IKM (kemenperin.go.id).

Industri kecil dalam perkembangannya juga mengalami beberapa kendala yang dihadapi. Menurut Tambunan (2002:69) menuturkan masalah umum yang dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah, masalah tersebut antara lain:

Keterbatasan modal kerja dan/atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas baik namun dengan harga yang terjangkau, keterbatasan teknologi, SDM dengan kualitas yang baik (terutama manajemen dan teknisi produksi), dan informasi khususnya mengenai pasar, dan kesulitan dalam pemasaran (termasuk distribusi). Dengan perkataan lain, masalah-masalah yang dihadapi banyak pengusaha kecil dan menengah bersifat multidimensi.

Tetapi masalah yang paling sering dihadapi oleh industri kecil masalah keterbatasan modal dan kesulitan dalam pemasaran. Disusul kemudian mengenai masalah terkait bahan baku, seperti harga bahan baku yang mahal, tempat mendapatkannya yang jauh, biaya penyimpanan stok yang terlalu mahal, atau kualitas bahan baku yang tidak sesuai yang diinginkan. Bahkan hanya sebagian kecil dari pengusaha yang menyatakan bahwa keterbatasan SDM merupakan masalah yang serius. Selain hal tersebut, pengusaha industri kecil juga menghadapi masalah persaingan dengan pengusaha industri kecil lainnya. Mereka tak hanya dihadapkan dengan kompetitor yang dari daerah mereka tetapi juga pengusaha industri kecil dari daerah lain, bahkan beberapa kasus pengusaha industri kecil harus berusaha bertahan dari produk impor.

Dari permasalahan di atas, maka perlu suatu kebijakan pengembangan industri kecil. Kebijakan yang diwujudkan dengan pengembangan industri kecil yang berfokus pada pengembangan fasilitasi akses permodalan, pengembangan pemasaran, pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan pengembangan produksi. Sehingga industri kecil dapat berkembang dengan baik pada tingkat

daerah maupun nasional. Salah satu daerah yang menjadikan industri sebagai unsur semboyan daerah adalah Kota Malang, Jawa Timur.

Kota Malang dengan semboyannya TRIBINA CITA yaitu Kota Malang sebagai Kota Pendidikan, Kota Pariwisata, dan Kota Industri. Sebagai Kota Industri didukung dengan berkembangnya berbagai sektor industri, dimana sebagian besar merupakan industri kecil dan menengah serta beberapa industri manufaktur besar. Berikut adalah data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang mengenai industri dan sentra industri yang ada di Kota Malang:

Jumlah Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang ada di Kota Malang sampai dengan tahun 2011 tercatat sebanyak 832 industri. Jumlah industri sebanyak 832 tersebut dikelompokkan menjadi 10 (sepuluh) jenis industri yaitu Furniture/Mebel, Gerabah dan keramik, Karoseri dan Bengkel, Kerajinan, Kimia, Logam, Makanan dan Minuman, Percetakan, Tekstil, Rokok dan Tembakau. Selain industri formal, di Kota Malang berkembang pusat sektor industri non formal dan beberapa telah membentuk sentra-sentra industri kecil. Saat ini terdapat 7 (tujuh) sentra industri kecil di Kota Malang, yaitu sentra keramik, gerabah, tempe dan keripik tempe, marning jagung, rotan, sanitair dan mebel.

Keberadaan industri kecil di Kota Malang tersebar di beberapa wilayah.

Data yang diperoleh dari penelitian terdahulu menyebutkan industri kecil yang ada di Kota Malang tersebar di beberapa kecamatan, namun umumnya berada di Kota Malang bagian utara. Berikut adalah persebaran 7 sentra industri kecil di Kota Malang, antara lain:

Sentra industri tempe dan keripik tempe di Kelurahan Purwantoro, sentra industri emping jagung di Kelurahan Pandanwangi, sentra industri rotan di Kelurahan Balearjosari, sentra industri gerabah di Kelurahan Penanggungan, sentra industri sanitair di Kelurahan Karang Besuki, sentra industri keramik di Kelurahan Dinoyo, dan sentra industri mebel di Kelurahan Tunjung Sekar (Puspitasari, 2012:1).

Kota Malang memiliki keripik tempe yang menjadi jajanan atau oleh-oleh khas Malang. Rasa yang khas dari tempe Malang berbeda dengan tempe-tempe dari daerah lain, sehingga tempe Malang lebih disukai oleh konsumen dari berbagai daerah di Indonesia. Terdapat sebuah sentra industri tempe dan keripik tempe di Kecamatan Belimbing tepatnya di Kelurahan Purwantoro, dukuh Sanan. Disana terdapat papan nama “Sentra Industri Tempe Sanan” yang membuktikan bahwa tempe dan keripik tempe sebagai produk olahan utama yang menjadi oleh-oleh khas Kota Malang.

Data yang diperoleh dari dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang menunjukkan dari 304 unit usaha, 202 unit usaha hanya memproduksi tempe, 72 unit usaha memproduksi keripik tempe, dan 30 unit yang memproduksi tempe dan keripik tempe. Nilai produksi tempe Rp. 67.462.470.000,- sedangkan nilai produksi keripik tempe RP. 32.846.183.334,-. Sementara data potensi sentra industri kecil tempe dan keripik tempe di Sanan Kelurahan Purwantoro pada tahun 2012 sebagai berikut:

Tabel 1. Data Industri Tempe Sanan, Kota Malang

Jumlah Unit Usaha	304 Unit
Jumlah Tenaga Kerja	797 Orang
Nilai Investasi	Rp. 44.650.417.823
Nilai Produksi	Rp. 100.308.653.344 / tahun

Sumber: *Dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.*

Kota Malang adalah penghasil tempe yang cukup dominan di Provinsi Jawa Timur. Daerah penghasil tempe adalah Kelurahan Purwantoro, Kelurahan Bunulrejo, Kelurahan Pandanwangi, Kelurahan Lesanpuro, Kelurahan Merjosari, Kelurahan Tulusrejo dan Kelurahan Mulyorejo. Sedangkan yang menjadi sentra

atau penghasil tempe yang terpusat dan terkenal adalah kampung Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Belimbing. Sentra tempe Sanan telah ada dan dimulai sekitar tahun 1940-an. Pada awalnya Sanan hanya menghasilkan tempe, akan tetapi ada kalanya tempe yang dibuat tidak terjual habis, hingga timbul ide mengolah tempe dijadikan keripik tempe. Ternyata pengembangan produk ini diminati oleh konsumen sehingga banyak pengrajin tempe yang melakukan diversifikasi produk dengan membuat keripik tempe.

Produk dari sejumlah sentra industri di Kota Malang sangatlah memiliki peluang pemasaran yang bagus. Hal ini dikarenakan Kota Malang yang merupakan Kota Pendidikan sehingga banyak pelajar dari luar daerah yang menempuh pendidikan di Kota Malang. Dengan menyadari hal tersebut, produk dari industri Sanan ini dapat dijadikan sebagai oleh-oleh jika para pelajar ini pulang ke daerah mereka. Produk keripik tempe akan lebih dikenal masyarakat luas, dengan kata lain akan meningkatkan pendapatan para pengusaha industri kecil. Keripik tempe menjadi oleh-oleh jajanan yang khas dari Kota Malang karena keripik tempe lebih mempunyai banyak variasi rasa, lebih praktis dan cocok dijadikan oleh-oleh dari pada tempe yang belum diolah.

Industri keripik tempe Sanan selain memiliki peluang yang bagus tetapi dalam perkembangan usahanya terkendala beberapa masalah. Seperti harga bahan baku kedelai yang tidak stabil, tingginya tingkat persaingan, kurangnya pengetahuan akan cara produksi yang higienis, rendahnya pengetahuan akan manajemen keuangan, tingkat pendidikan yang rendah, persaingan dengan produk sejenis dari daerah lain, permodalan yang minim dan beberapa masalah lain.

Beberapa masalah tersebut perlu segera ditangani dengan pengembangan dan pembinaan industri kecil agar industri keripik tempe Sanan dapat tetap terjaga keberlangsungan usahanya. Pemerintah daerah melalui dinas-dinasnya memiliki peran dalam pengembangan dan pembinaan industri keripik tempe Sanan, hal ini dilakukan selain untuk keberlangsungan usaha industri juga memelihara dampak dari adanya industri kecil di masyarakat.

Pemerintah Kota Malang melalui dinasnya yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) dan Dinas Koperasi dan UKM (usaha kecil dan menengah) bertugas dan memiliki fungsi dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan. Salah satu bentuk pengembangan industri kecil oleh Disperindag Kota Malang adalah mengusulkan sekitar 300 industri kecil dan menengah (IKM) untuk dipatenkan merek produksinya ke pemerintah pusat. Pematenan merek itu untuk memudahkan para pemilik industri kecil dalam memasarkan produknya (Surya, 6 November 2013).

Pengembangan industri keripik tempe Sanan dalam perekonomian masyarakat akan membawa dampak positif dalam pengembangan ekonomi Kota Malang. Daerah akan menggunakan produk dari industri kecil untuk mengenalkan dirinya sehingga daerah mampu bersaing secara ekonomi dengan daerah lain. Misalnya jika orang ingin membeli keripik buah pasti disarankan membeli keripik buah dari Kota Batu dan orang jika ingin membeli tas dan sepatu pasti disarankan membeli produk dari Tanggulangin, Sidoarjo. Dengan pengembangan industri kecil keripik tempe Sanan, diharapkan Kota Malang akan menjadi jujukan dari

orang-orang yang ingin membeli keripik tempe, atau produk keripik tempe Sanan, Kota Malang akan menjadi pilihan utama daripada keripik tempe dari daerah lain.

Upaya pengembangan industri dapat dilakukan oleh 3 pihak, yaitu pengusaha keripik tempe itu sendiri, pemerintah dan swasta melalui industri binaan. Namun dalam penelitian ini hanya difokuskan kepada pengembangan yang dilakukan pemerintah dan upaya yang sudah dilakukan pengusaha dalam mengembangkan usaha. Upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan adalah menjalin kerjasama pemasaran dengan sejumlah mitra, kooperatif dengan kegiatan pembinaan pemerintah dan mengembangkan variasi rasa keripik tempe. Pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah daerah melalui dinasny adalah dengan melakukan pameran produk industri kecil, memberikan pembinaan dan pelatihan, memberikan saran kemasan, sosialisasi standart keamanan pangan, dan mengusulkan hak paten terhadap merek produksi. Pengembangan keripik tempe Sanan untuk keberlangsungan usaha sangatlah memberi dampak penting bagi masyarakat sekitar sehingga diperlukan upaya pengembangan yang tepat.

Upaya pengembangan industri keripik tempe di kelurahan Sanan Kota Malang sangat perlu dilakukan. Hal ini dikarenakan industri keripik tempe merupakan salah satu produk khas Kota Malang. Upaya pengembangan yang tepat akan membawa industri kecil keripik tempe terjaga keberlangsungan usaha, manajemen usaha yang baik, berkembang produksi dan pemasarannya. Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan juga harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi secara menyeluruh yang berasal dari luar maupun dari dalam.

Dengan mengkaji faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat meminimalkan resiko kegagalan dan memaksimalkan peran pemerintah dalam mengembangkan industri kecil keripik tempe Sanan. Berangkat dari hal-hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai upaya Pemerintah Kota Malang dan lembaga terkait dalam mengembangkan industri keripik kecil keripik tempe Sanan. Dari uraian tersebut peneliti menetapkan judul **“Upaya Pengembangan Industri Kecil Demi Kelangsungan Usaha (Studi terhadap pengembangan Sentra Industri Tempe Sanan, Kota Malang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, adapun yang menjadi rumusan masalah yang peneliti angkat adalah:

1. Bagaimanakah upaya Pemerintah Kota Malang melalui dinas dan lembaga terkait dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan?
2. Apa sajakah faktor penghambat dan faktor pendukung dalam upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian dengan merujuk pada perumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Malang melalui dinas dan lembaga yang terkait dalam mengembangkan sentra industri keripik tempe Sanan.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor yang menghambat dan mendukung upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi atau bermanfaat baik secara akademis maupun praktis serta berguna bagi pihak terkait:

1. Kontribusi Akademis
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan, baik bagi peneliti sendiri maupun pembaca, mengenai hal-hal yang berkaitan dengan upaya-upaya yang dapat dilakukan pemerintah untuk mengembangkan industri kecil.
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau acuan bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan tema ini.
2. Kontribusi Praktis
 - a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengusaha industri kecil keripik tempe dalam mengembangkan usahanya agar lebih dapat bersaing dan kesejahteraannya meningkat.
 - b. Diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan industri kecil keripik tempe dalam hal

pembinaan maupun kemitraan agar dapat meningkatkan kualitas produk.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah berisi mengenai uraian secara singkat mengenai seluruh pembahasan dari bab pertama sampai bab lima. Sistematika pembahasan digunakan untuk mengetahui garis besar penulisan skripsi yang akan peneliti susun. Pembahasan dalam skripsi ini dibagi kedalam lima bab dan beberapa sub bab yang terdapat di dalamnya. Materi yang akan disajikan dalam tiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, dijelaskan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kontribusi Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, dijelaskan tentang teori-teori yang relevan dengan pokok masalah penelitian sehingga dapat mendukung dan menganalisa atau menginterpretasikan data yang diperoleh di lapangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, dijelaskan tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs

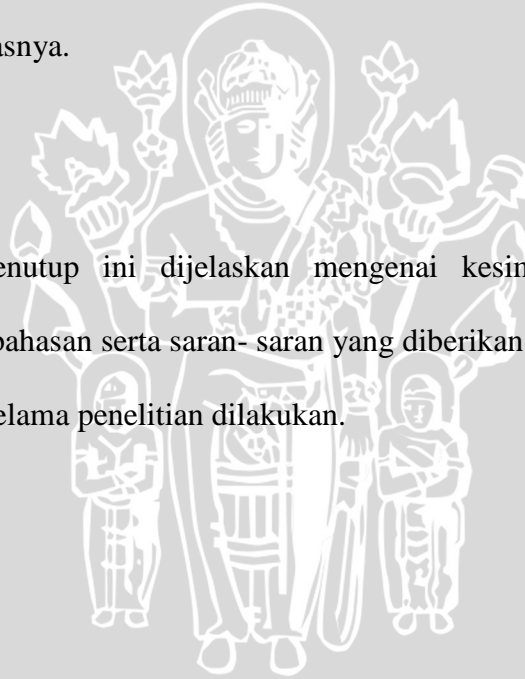
penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang gambaran umum yang meliputi data fokus pembahasan yang diperoleh selama penelitian. Penyajian data umum yang merupakan gambaran pada lokasi penelitian yang disusun menurut keperluan penilaian serta penyajian data fokus yang disesuaikan dengan fokus penelitian kemudian membahasnya.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran- saran yang diberikan terhadap masalah-masalah yang ada selama penelitian dilakukan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Publik

1. Pengertian Administrasi Publik

Dalam kaitannya peneliti membahas industri kecil, alangkah baiknya jika peneliti juga memaparkan teori dan konsepsi terkait poros ilmu yang menjadi induk keilmuan yang ditekuni yakni administrasi publik. Kaitan antara administrasi publik dan pengembangan industri keripik tempe Sanan adalah pemerintah mengarahkan sumberdaya dan bekerja sama dengan pihak lain untuk mengembangkan sentra industri. Pemerintah dengan segala kebijakan dan bentuk kegiatannya berusaha untuk mengembangkan industri keripik tempe menjadi lebih baik. Sehingga administrasi publik memiliki peranan dalam pengembangan industri keripik tempe. Berikut akan dijelaskan beberapa pengertian administrasi publik oleh beberapa ahli yang dikutip dari Syafie (2006:24-26), antara lain:

- a. Menurut Felix A. Nigro dan Lloyd G. Nigro:
 - 1) (Administrasi Publik) adalah suatu kerja sama kelompok dalam lingkungan pemerintahan.
 - 2) (Administrasi Publik) meliputi ketiga cabang pemerintahan: eksekutif, legislatif dan yudikatif serta hubungan diantara mereka.
 - 3) (Administrasi Publik) mempunyai peranan penting dalam perumusan kebijaksanaan pemerintah, dan karenanya merupakan sebagian dari proses politik.
 - 4) (Administrasi Publik) sangat erat berkaitan dengan berbagai macam kelompok swasta dan perorangan dalam menyajikan pelayanan kepada masyarakat.

5) (Administrasi Publik) dalam beberapa hal berbeda pada penempatan pengertian dengan administrasi perseorangan.

b. Menurut Dwight Waldo

Administrasi Publik adalah manajemen dan organisasi dari manusia-manusia dan peralatannya guna mencapai tujuan pemerintah.

c. Menurut George J. Gordon

Administrasi Publik dapat dirumuskan sebagai seluruh proses baik yang dilakukan organisasi maupun perseorangan yang berkaitan dengan penerapan atau pelaksanaan hukum dan peraturan yang dikeluarkan oleh badan legislatif, eksekutif serta pengadilan.

Lebih lanjut Pasolong (2008:8) mendefinikan “administrasi publik sebagai kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang atau lembaga dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan dalam memenuhi kebutuhan publik secara efisien dan efektif.” Dari beberapa penjelasan dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah proses kegiatan kerjasama antara dua orang atau lebih dalam melaksanakan tugas pemerintahan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pemerintah.

2. Ruang Lingkup Administrasi Publik

Secara garis besar ruang lingkup administrasi publik merupakan topik-topik yang dibahas dari perkembangan ilmu administrasi publik. Beberapa pendapat mengenai ruang lingkup administrasi publik dikemukakan oleh Nicholas Henry yang dikutip oleh Pasolong (2008:19) yaitu:

- a. Organisasi publik, pada prinsipnya berkenaan dengan model-model organisasi dan perilaku birokrasi.
- b. Manajemen publik, yaitu berkenaan dengan sistem dan ilmu manajemen, evaluasi program dan produktivitas, anggaran publik dan manajemen sumber daya manusia,
- c. Implementasi yaitu menyangkut pendekatan terhadap kebijakan publik dan implementasinya, privatisasi, administrasi antar pemerintahan dan etika birokrasi.

Keban sebagaimana yang dikutip oleh Pasolong (2008:21) juga menyebutkan ruang lingkup lingkup administrai publik meliputi “kebijakan, organisasi, manajemen, moral dan etika, lingkungan dan akuntabilitas.” Selanjutnya ruang lingkup menurut Pasolong (2008:21) meliputi “kebijakan publik, birokrasi publik, manajemen publik, kepemimpinan, pelayanan publik, administrasi kepegawaian negara, kinerja, dan etika administrasi publik.”

B. Administrasi Pembangunan

1. Pengertian Administrasi Pembangunan

Siagian (2012:5) mengungkapkan definisi administrasi pembangunan sebagai “seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu negara bangsa yang bertumbuh, berkembang, dan berubah secara sadar dan terencana dalam semua segi kehidupan dan penghidupan negara bangsa yang bersangkutan dalam rangka pencapaian tujuan akhirnya.” Pendapat lain muncul dari Hakim (2011:40) yang menyebutkan “administrasi pembangunan adalah proses yang dilakukan oleh administrator dalam upaya mendorong masyarakat ke arah modernisasi yang multi-dimensional secara administratif.”

Administrasi pembangunan dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan menjadi suatu proses yang dilakukan oleh pemerintah yang secara sadar dan terencana guna mengembangkan masyarakat yang lebih maju dalam mencapai tujuan pembangunan dari negara.

2. Pengertian Pembangunan

Pembangunan menurut Siagian (2012:4) mendefinisikan pembangunan sebagai “rangkaiian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation-building*).”

Dengan memperhatikan hal tersebut Suryono (2004:21) membagi ide pokok pembangunan menurut Siagian pada tahun 1983 yang secara garis besar sama dengan definisi pembangunan menurut Siagian tahun 2012, ide pokok tersebut ialah:

- a. pembangunan merupakan suatu proses;
- b. pembangunan merupakan suatu usaha yang secara sadar dilaksanakan;
- c. pembangunan dilakukan secara berencana dan perencanaannya berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan;
- d. pembangunan mengarah kepada modernitas;
- e. modernitas yang dicapai melalui pembangunan bersifat *multi dimensional*;
- f. proses dan kegiatan pembangunan ditujukan kepada usaha membina bangsa dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan negara yang telah ditentukan.

Lebih lanjut (Suryono, 2004: 37) menjelaskan pembangunan juga dapat berarti upaya yang terus menerus dilakukan dengan tujuan menempatkan manusia pada posisi dan perannya secara wajar yakni sebagai subjek dan objek pembangunan untuk mampu mengembangkan dan memberdayakan dirinya, sehingga keluar dapat berhubungan secara serasi, selaras dan dinamis.

Pandangan lain muncul dari Bryant dan White yang dikutip Suryono (2010: 64) menyebutkan definisi pembangunan mempunyai lima implikasi yang perlu diperhatikan, antara lain:

- a. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan optimal manusia, baik individu maupun kelompok (*capacity*).

- b. Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan dan pemerataan sistem nilai dan kesejahteraan (*equity*).
- c. Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuan yang ada padanya. Kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk kesepakatan yang sama, kebebasan memilih, dan kekuasaan untuk memutuskan (*empowerment*).
- d. Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara mandiri (*sustainability*).
- e. Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan negara yang satu terhadap negara yang lain dengan menciptakan hubungan saling menguntungkan (*simbiosis mutualis*) dan saling menghormati (*interdependensi*).

Pendapat lain disampaikan oleh Tjokrowinoto sebagaimana dikutip oleh Suryono (2004:21) yang melihat pembangunan dari perspektif diakronis (pembangunan menurut tahap pertumbuhan dan periode waktu yang dasarnya tidak jelas) yang memiliki arti sebagai berikut:

- a. Pembangunan sebagai proses perubahan sosial menuju ketataran kehidupan masyarakat yang lebih baik.
- b. Pembangunan sebagai upaya manusia yang sadar, terencana dan melembaga.
- c. Pembangunan sebagai proses sosial yang bebas nilai (*value free*).
- d. Pembangunan memperoleh sifat dan konsep trasendental, sebagai ideologi, *the ideology of developmentalism*.
- e. Pembangunan sebagai konsep yang sarat nilai (*value loaded*) menyangkut proses pencapaian nilai yang dianut suatu bangsa secara makin meningkat.
- f. Pembangunan menjadi *culture spesific*, *situation spesific* dan *time spesific*.

Dari sejumlah pemaparan terkait tentang pembangunan maka dapat disimpulkan bahwa pembangunan merupakan suatu proses yang sadar dan terencana guna mengarahkan kepada modernitas dan bersifat multidimensional. Dalam pembangunan juga ditujukan agar terdapat kemandirian, kesejahteraan dan masyarakat yang terberdayakan. Pembangunan diartikan sebagai peningkatan kapasitas, meningkatkan

kebersamaan, memberdayakan, berkelanjutan dan saling menguntungkan. Sehingga pembangunan selalu mendatangkan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat.

3. Peran Pemerintah dalam Pembangunan

Pemerintah dalam melakukan pembangunan tidak semata-mata semua dilakukan oleh masyarakat. Masyarakat dan pihak swasta juga turut andil dalam kegiatan pembangunan. Adapun yang menjadi peran pemerintah dalam pembangunan menurut Siagian (2012:142) adalah:

a. Peran selaku Stabilisator

Dalam melakukan pembangunan diperlukan suatu keadaan yang stabil. Stabilitas meliputi stabilitas politik, ekonomi, sosial dan budaya, dan juga pertahanan dan keamanan.

- 1) Stabilisator di bidang politik. Peran pemerintah dalam bidang politik ialah menjamin bahwa dalam kehidupan politik bangsa tidak terjadi rongrongan, baik yang datang dari kekuatan politik dalam negeri sendiri maupun yang datang dari luar.
- 2) Stabilitas ekonomi. Yang dimaksud dengan stabilitas ekonomi adalah iklim yang memungkinkan perekonomian nasional dapat terpelihara sedemikian rupa sehingga ekonomi tumbuh secara wajar, suku bunga yang tidak tinggi, rendahnya inflasi, kesempatan berusaha makin luas, proses industrialisasi berlangsung dengan baik, kebijakan moneter dan fiskal menguntungkan bagi kepentingan nasional, dan lain sebagainya. Sehingga peran pemerintah dalam hal ini adalah menetapkan kebijakan yang dapat mewujudkan semuanya itu.
- 3) Stabilitas sosial budaya. Peran pemerintah yaitu dalam hal mewujudkan perubahan tidak berubah jadi gejolak sosial, apalagi yang dapat merupakan ancaman bagi keutuhan nasional serta kesatuan dan persatuan bangsa.

b. Peran selaku Inovator

Ditinjau dari segi administrasi pembangunan, inovasi berarti temuan baru, metode baru, sistem baru, dan yang terpenting, cara berpikir baru. Dengan demikian, dalam memainkan peran selaku inovator, pemerintah sebagai keseluruhan harus menjadi sumber dari hal-hal baru yang dikemukakan di atas.

c. Peran selaku Modernisator

Melalui pembangunan, setiap negara ingin menjadi negara yang modern. Sebagai implikasi pernyataan tersebut antara lain ialah kuat, mandiri, diperlakukan sederajat oleh negara-negara lain. Kuat berarti mampu mempertahankan kemerdekaan dan kedaulatannya dengan menyadari pentingnya bekerja sama dengan negara-negara lain di dunia. Mandiri dalam arti tidak menggantungkan diri kepada negara lain. Sederajat dalam arti perolehan pengakuan *de jure*. Untuk mewujudkannya diperlukan pembangunan yang sistematis, programatis, dan berkelanjutan. Pemerintahlah yang bertugas untuk “menggiring” masyarakat ke arah kehidupan modern seperti itu. Pengalaman banyak negara menunjukkan bahwa agar pemerintah mampu memainkan peranan penting itu proses modernisasi harus terjadi di lingkungan birokrasi pemerintahan sendiri.

d. Peran selaku Pelopor

Secara eksplisit pandangan itu juga berarti bahwa pemerintah harus memainkan peranan selaku pelopor dalam berbagai segi kehidupan bernegara. Dengan perkataan lain, selaku pelopor, aparatur pemerintah harus menjadi panutan bagi seluruh masyarakat. Misalnya: kepeloporan dalam bekerja seproduktif mungkin dengan pemanfaatan waktu sebaik-baiknya dengan orientasi hasil yang semaksimal mungkin, kepeloporan dalam kejujuran seperti dalam hal pemberantasan korupsi dan kolusi, kepeloporan dalam penegakan disiplin seperti dalam ketaatan pada jam kerja yang berlaku dan sebagainya.

e. Peran selaku Pelaksana Sendiri

Meskipun benar bahwa pelaksanaan berbagai kegiatan pembangunan merupakan tanggung jawab nasional dan bukan menjadi beban pemerintah semata-mata, karena berbagai pertimbangan. Pembangunan seperti membangun kekuatan angkatan bersenjata, pendidikan, pelayanan kesehatan. Dari contoh tersebut terlihat bahwa pemerintah masih dituntut untuk memainkan peranan selaku pelaksana sendiri berbagai kegiatan meskipun diharapkan bahwa semakin maju suatu masyarakat makin berkurang pula intensitas peranan tersebut.

Peran pemerintah dalam pembangunan terlihat bersifat multidimensional. Pemerintah turut andil di setiap pembangunan yang ada di masyarakat, di satu sisi pemerintah sebagai pembuat kebijakan awal yang harus diikuti, tapi di sisi lain pemerintah juga sebagai pendorong pembangunan. Hal ini tampak dalam peran pemerintah sebagai pelopor,

inovator, stabilisator, modernisator dan pelaksana sendiri. Sehingga peran pemerintah dalam pembangunan sangatlah begitu dominan. Namun dibalik peran yang dominan tersebut tetap memerlukan pihak lain dalam mendukung kegiatan yang dilakukan.

C. Konsep Industri

1. Pengertian Industri

Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Sehingga dengan kata lain industri adalah proses merubah bahan baku atau bahan mentah menjadi barang jadi yang mempunyai kegunaan dan bernilai lebih dengan menggunakan peralatan seperti mesin.

2. Tujuan Pengembangan Industri

Pengembangan industri ditujukan agar industri tersebut dapat selalu terjaga kelangsungan produksinya sehingga pengusaha akan tetap bertahan dalam industri tersebut. Menurut Dumairy (1996: 48) pengembangan industri bertujuan untuk:

- a. Sebagai argumentasi penciptaan lapangan pekerjaan
- b. Memiliki keunggulan komparatif dan mengembangkan persaingan yang baik dan sehat serta mencegah persaingan yang tidak jujur.

- c. Sebagai loncatan dengan kata lain pengembangan industri akan menggunakan teknologi yang lebih canggih, niscaya akan memberikan nilai tambah yang sangat besar.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan industri akan berdampak pada perluasan lapangan kerja, mengembangkan keunggulan komparatif suatu daerah dan menambah nilai terhadap suatu objek. Lapangan kerja meningkat seiring perkembangan industri yang semakin bertumbuh pesat yang kemudian akan menciptakan daerah yang mempunyai industri tersebut memiliki keunggulan komparatif dibanding daerah lain.

3. Klasifikasi Industri

Menurut Arsyad (2004:365) klasifikasi industri atau pengelompokan industri dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Pertama, pengelompokan industri yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian (DP) dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar, yaitu:

- a. Industri Dasar, yang meliputi kelompok Industri Mesin dan Logam Dasar (IMLD) dan kelompok Kimia Dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain: industri mesin pertanian, elektronika kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, alumunium, tembaga, dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk dalam IKD antara lain: industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri semen, industri batubara, industri silikat, dan sebagainya.
Ditinjau dari “misi”nya, Industri Dasar mempunyai misi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membantu penjualan struktur industri, dan bersifar padat modal. Teknologi tepat guna yang digunakan adalah teknologi maju, teruji dan tidak padat karya, namun dapat mendorong terciptanya lapangan kerja baru secara besar dengan tumbuhnya industri hilir dan kegiatan ekonomi lainnya.
- b. Industri Kecil yang meliputi antara lain industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadu,

serta barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastik, dan lain-lain), industri galian bukan logam dan industri logam (mesin-mesin listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dari logam, dan sebagainya). Kelompok Industri Kecil ini mempunyai misi melaksanakan pemerataan. Teknologi yang digunakan menengah atau sederhana, dan padat karya. Pengembangan Industri Kecil ini diharapkan dapat menambah kesempatan kerja dan meningkatkan nilai tambah dengan memanfaatkan pasar dalam negeri dan pasar luar negeri (ekspor).

- c. Industri Hilir yaitu kelompok Aneka Industri (AI) yang meliputi antara lain: industri yang mengolah sumberdaya hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah sumberdaya pertanian secara luas, dan lain-lain. Kelompok AI ini mempunyai misi meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau pemerataan, memperluas kesempatan kerja, tidak padat modal, dan teknologi yang digunakan adalah teknologi menengah dan atau teknologi maju.

Kedua, pengelompokan industri menurut jumlah tenaga kerja yang diperkerjakan. Menurut Biro Pusat Statistik (BPS), pengelompokan industri dengan cara ini dibedakan menjadi 4 yaitu:

- d. Perusahaan/Industri Besar jika memperkerjakan 100 orang atau lebih.
- e. Perusahaan/Industri Sedang jika memperkerjakan 20 sampai 99 orang.
- f. Perusahaan/Industri Kecil jika memperkerjakan 5 sampai 19 orang.
- g. Industri Kerajinan Rumah Tangga jika memperkerjakan kurang dari 3 orang (termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar).

Selain pengelompokan di atas, di Indonesia terdapat tiga jenis Industri Kecil, menurut Saleh (1986:51) menyebutkan:

- a. Industri lokal, adalah kelompok jenis industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya pada pasar setempat yang terbatas, secara relatif tersebar dari segi lokasinya. Skala usahanya sangat kecil dan mencerminkan pola perusahaan yang bersifat subsistem. Target pemasaran sangat terbatas sehingga pada umumnya mempergunakan sarana transportasi yang sederhana (misalnya: sepeda, gerobak dan pikulan). Adapun karena pemasaran hasil produknya ditangani sendiri, maka jasa pedagang perantara boleh dikatakan kurang menonjol.
- b. Industri yang terkelompok atau sentra industri kecil adalah kelompok jenis industri yang dari segi satuan usaha mempunyai skala kecil, tetapi membentuk suatu pengelompokan/kawasan produksi yang terdiri dari segi kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis. Ditinjau dari segi tempat pemasarannya kategori yang kedua

ini umumnya menjangkau pasar yang lebih luas daripada kategori yang pertama. Sehingga peranan pedagang/pengumpul menjadi cukup menonjol.

- c. Industri mandiri yaitu kelompok jenis industri yang mempunyai sifat-sifat industri kecil, namun telah berkemampuan mengadaptasi teknologi produksi yang cukup canggih. Pemasaran hasil produksi kelompok ini relatif tidak tergantung pada peranan pedagang perantara. Dimaksudkan dengan sifat-sifat industri kecil yang masih dipunyai oleh kelompok industri ini adalah skala unit usaha yang relatif kecil atau sistem manajemen yang digunakan masih sederhana. Pada dasarnya kelompok industri mandiri ini tidak sepenuhnya dapat dinisbahkan sebagai bagian dari industri kecil, mengingat kemampuannya yang terlampaui tinggi dalam mengakomodasi berbagai aspek modernisasi. Dan sesungguhnya hanya dasar skala penyerapan tenaga kerja semata, maka kelompok ini menjadi termasuk ke dalam bagian dari sub sektor industri kecil.

Sejumlah pengklasifikasian industri di atas berupaya untuk mendefinisikan secara jelas tentang industri yang berdasar tenaga kerja, bahan baku yang digunakan, kemampuan, skala dan pasar dari produk industri. Dengan demikian banyak klasifikasi industri yang berusaha mewadahi secara konseptual terdapat di dalam kelompok manakah suatu industri itu berada. Hal ini berguna untuk pembuat kebijakan dalam menentukan langkah-langkah pengembangan industri secara tepat.

4. Pengertian Industri Kecil

Sebelumnya akan dijelaskan terkait konsep industri, industri menurut Hill dan Jones yang dikutip oleh Solihin (2012:36) dapat didefinisikan sebagai “sekelompok perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan dasar yang sama bagi para konsumen.” Pendapat selanjutnya mengenai pengertian industri kecil menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Tambunan (2002:49) adalah “unit usaha dengan

jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha.”

Dari penjelasan di atas, maka kesimpulan dari industri kecil adalah unit atau badan usaha yang bukan cabang perusahaan dari usaha menengah atau besar dan memiliki pekerja 5 sampai 19 orang yang memproduksi barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan dasar yang sama bagi para konsumen.

5. Masalah yang dihadapi Industri Kecil

Permasalahan yang dihadapi industri kecil dapat mempengaruhi produktivitasnya, sehingga industri kurang mampu mengoptimalkan hasil produksinya dan mengakibatkan pemasaran menurun. Dalam beberapa literatur menyebutkan bahwa permasalahan pemasaran merupakan permasalahan yang sering dianggap sebagai kendala yang kritis bagi perkembangan usaha kecil. Menurut Tambunan (2002:73) membahas lebih lanjut mengenai beberapa permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil, permasalahan tersebut antara lain:

- a. Kesulitan pemasaran, salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi adalah tekanan-tekanan persaingan, baik di pasar domestik, dari produk-produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.
- b. Keterbatasan finansial, dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi. Selain aspek tersebut, kendala finansial juga berasal dari lokasi bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele, dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedurnya.

- c. Keterbatasan SDM, keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak UKM di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, *data processing*, organisasi bisnis, akuntansi, teknik pemasaran, dan penelitian pasar.
- d. Masalah bahan baku, keterbatasan bahan baku (dan input-input lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi. Terutama selama masa krisis, banyak sentra IKM di sejumlah subsektor industri manufaktur yang mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku atau input lainnya, atau karena harganya dalam rupiah menjadi sangat mahal akibat depresiasi nilai tukar rupiah terhadap dolar AS.
- e. Keterbatasan teknologi, penggunaan teknologi lama/tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau untuk menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru, dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru untuk melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.
- f. Keterbatasan informasi, kekurangan informasi yang akurat dan *up to date* mengenai peluang-peluang pasar di dalam maupun luar negeri dan peraturan-peraturan mengenai tata niaga pemasaran regional dan internasional dan aspek-aspek legal lainnya.
- g. Lokasi tidak menguntungkan, keberadaan industri yang berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolasi dari pusat-pusat informasi, komunikasi dan transportasi juga mengalami kesulitan untuk memenuhi standar-standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdagangan.

Selebihnya permasalahan yang dihadapi oleh usaha mikro dan kecil menurut Kuncoro (2004:193), ia menjelaskan tentang analisis karakteristik dan permasalahan usaha mikro dan kecil sebagai berikut:

- a. Iklim Usaha
 - 1) Tidak terdapat peraturan dan kebijakan yang jelas dan transparan terdapat biaya dan pungutan pada usaha mikro dan kecil.
 - 2) Tidak mempunyai jaringan pasar yang kuat dengan indikasi kualitas yang baik dan harga yang murah.
- b. Manajemen dan Sumber Daya Manusia
 - 1) Tidak adanya pendelegasian tugas dan tanggungjawab yang jelas.
 - 2) Tidak mempunyai perencanaan organisasi yang jelas.
 - 3) Sulit maju dan berkembang, jika tidak ada motivasi dari pemilik.

- c. Produksi
 - 1) Harga yang tidak tentu, ketika terdapat kelangkaan pasokan bahan baku.
 - 2) Produk tidak selalu terjaga kontinuitasnya.
 - 3) Tingkat pendidikan pekerja yang relatif rendah.
 - 4) Terbatasnya akses pada teknologi produksi yang berkualitas.
- d. Finansial
 - 1) Sulit untuk melakukan pengembangan usaha lebih luas lagi.
 - 2) Laporan keuangan hanya berdasarkan perkiraan kasar pemilik.
 - 3) Adanya ketentuan pinjaman yang tidak dapat dipenuhi oleh usaha kecil.
 - 4) Tingginya biaya transaksi pinjaman kredit perbankan.
- e. Birokrasi/Perizinan
 - 1) Adanya biaya dan pungutan resmi dan tidak resmi yang membebani usaha.
- f. Informasi dan Peluang Bisnis
 - 1) Keterbatasan modal dalam mengembangkan pasar yang lebih luas.
- g. Efisiensi
 - 1) Mengandalkan pada kemampuan tenaga kerja manusia yang sangat sulit dijadikan ukuran.
 - 2) Upah sangat rendah, karena pekerja yang berpendidikan rendah.
- h. Nilai Tambah
 - 1) Kualitas bahan baku lokal yang rendah.
 - 2) Lemahnya penelitian dan pengembangan atas produk yang dihasilkan.

Dari sejumlah pemaparan diatas, dapat diketahui masalah yang dihadapi industri kecil demikian beragam. Dari aspek bahan baku, permodalan, manajemen usaha, sumber daya manusia, lingkungan usaha, kelemahan akses informasi dan iklim usaha membuat industri harus bisa mengatasi semua permasalahan yang ada untuk mencapai keberhasilan. Masalah industri kecil jika ditangani dengan strategi yang tepat akan dapat mengembangkan industri kecil secara optimal. Sehingga masalah industri kecil akan terselesaikan dan keuntungan akan didapatkan.

6. Peran Industri Kecil dalam Pembangunan

Industri kecil merupakan usaha yang banyak dilakukan oleh masyarakat. Pengelolaan industri dengan baik lama-kelamaan akan berkembang sehingga mempunyai dampak di masyarakat. Pembangunan dan industri kecil memiliki hubungan dimana pembangunan dapat diwujudkan melalui industri kecil agar masyarakat semakin sejahtera. Arsyad (1988: 168) mengungkapkan peran industri kecil dalam pembangunan adalah:

Proses industrialisasi dan pembangunan industri ini sebenarnya merupakan satu jalur kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Dengan kata lain, pembangunan industri itu merupakan suatu fungsi dari tujuan pokok kesejahteraan rakyat, bukan merupakan kegiatan yang mandiri untuk hanya sekedar mencapai fisik saja. Industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuannya memanfaatkan secara optimal sumber alam dan sumberdaya lainnya. Hal ini berarti pula sebagai suatu usaha untuk meningkatkan produktivitas tenaga manusia disertai usaha untuk meluaskan ruang lingkup kegiatan manusia. Dengan demikian, dapat diusahakan secara “vertikal” semakin besarnya nilai tambah pada kegiatan ekonomi dan sekaligus secara “horizontal” semakin luasnya lapangan kerja produktif bagi penduduk yang semakin bertambah.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa peran industri kecil dalam pembangunan tidak hanya sebagai penyerap tenaga kerja, tetapi mempunyai peran yang lebih beragam. Industri kecil dalam pembangunan dijadikan sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan. Pembangunan juga tak terlepas dari sumber daya manusia, industri kecil di dalamnya terdapat pengembangan sumber daya manusia. Pengembangan terhadap kemampuan memberikan kreasi dan inovasi yang dinamis dalam menjawab tantangan pasar dan kebutuhan yang semakin banyak. Dari kesemuanya itu, peran

industri kecil adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat melalui unit kegiatan ekonomi sederhana.

D. Konsep Pengembangan Industri Kecil

1. Pengertian Pengembangan

Fokus dari pengembangan ini adalah industri, industri juga merupakan suatu organisasi, maka dalam hal ini peneliti menggunakan konsep pengembangan organisasi menurut Moekijat (2005: 2-6). Dalam menjelaskan definisi pengembangan organisasi ia mengemukakan pendapat dari para ahli, antara lain:

- a. Herbert J. Chruden dan Arthur W. Sherman, Jr
Pengembangan organisasi berarti hal-hal yang berlainan bagi berbagai ahli dalam bidang ini, akan tetapi pada dasarnya pengembangan organisasi merupakan suatu metode untuk memudahkan perubahan dan pengembangan dalam orang-orang.
- b. Edwin B. Flippo
Suatu strategi pendidikan yang kompleks yang dimaksudkan untuk mengubah kepercayaan, sikap, nilai, dan struktur organisasi supaya semuanya itu dapat lebih baik menyesuaikan diri dengan teknologi, pasar, rintangan-rintangan baru, dan dengan kecepatan luar biasa dari perubahan itu sendiri.
- c. Burt Scanlan dan J. Bernard Keys
Pengembangan organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang dibantu oleh manajemen puncak, untuk meningkatkan keefektifan sistem total (organisasi) melalui serangkaian campur tangan yang direncanakan.

Dengan memperhatikan definisi-definisi pengembangan organisasi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan organisasi itu berhubungan dengan hal penganalisisan masalah-masalah organisasi untuk meningkatkan hasil melalui orang-orang yang berada di dalamnya.

2. Bentuk Pengembangan Industri Kecil

Pengembangan industri dalam penerapannya juga perlu memperhatikan beberapa pola pengembangan. Pola pengembangan menurut Arsyad (2004:373) menyebutkan ada tiga kelompok pemikiran dalam kaitannya dengan langkah-langkah yang perlu diambil untuk memantapkan keberadaan sektor industri. Ketiga kelompok pemikiran tersebut adalah:

- a. Pengembangan sektor industri hendaknya diarahkan kepada yang memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) Pemikiran seperti ini boleh dikatakan diwakili oleh kalangan ekonomi-akademis.
- b. Konsep Delapan Wahana Transpormasi Teknologi dan Industri yang dikemukakan oleh Menteri Riset dan Teknologi, yang pada dasarnya memprioritaskan pembangunan industri-industr hulu secara serentak (simultan).
- c. Konsep keterkaitan antar industri, khususnya keterkaitan hulu-hilir. Konsep ini merupakan konsep Menteri Perindustrian.

Pengelompokan pola pikir industrialisasi di atas sebenarnya secara keseluruhan telah tercakup dalam Pola Pengembangan Industri Nasional (PPIN) yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian (sekarang menjadi Kementerian Perindustrian) PPIN tersebut berintikan 6 butir kebijaksanaan:

- a. Pengembangan industri yang diarahkan untuk pendalaman dan pematapan struktur industri serta dikaitkan dengan sektor ekonomi lainnya.
- b. Pengembangan industri permesinan dan elektronika penghasil barang modal.
- c. Pengembangan industri kecil.
- d. Pengembangan ekspor komoditi industri.
- e. Pembangunan Kemampuan Penelitian, Pengembangan, dan Rancang Bangun khususnya perangkat lunak dan perekayasaan.
- f. Pembangunan kemampuan para wiraswasta dan tenaga kerja industrial berupa manajemen, keahlian, kejuruan serta ketrampilan.

Dalam butir ketiga, pengembangan industri kecil diharapkan dapat menambah kesempatan kerja dan meningkatkan nilai tambah dengan memanfaatkan pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Dengan pengembangan industri kecil ini pula maka partisipasi

masyarakat dapat meluas sehingga masyarakat akan siap secara politis, sosial, dan mental untuk menghadapi perubahan dasar yang terjadi dalam proses industrialisasi.

Langkah pokok yang perlu dilakukan mengembangkan industri kecil adalah pemecahan masalah pemasaran, terutama melalui program keterkaitan. Sedangkan para pengrajin di sentra diarahkan untuk memanfaatkan wadah Koperasi sebagai sarana usaha. Disamping itu diperlukan peningkatan kewirausahaan, bantuan teknik yang ditujukan kepada peningkatan mutu serta bantuan permodalan.

Pembinaan industri kecil ini pada dasarnya dilakukan melalui pembinaan sentra-sentra industri kecil dengan bantuan unit pelayanan teknis. Pada umumnya masalah yang dihadapi industri kecil menyangkut soal manajemen, modal dan mutu, disamping soal pemasaran. Salah satu pemecahannya adalah melalui keterkaitan dengan perusahaan besar, baik industri maupun perdagangan.

Sementara itu bantuan unit pelayanan teknis meliputi antara lain: pengolahan dan analisis data, desain dan rekayasa produk tertentu, penerapan teknologi modern, bantuan peralatan/mesin produksi, pembinaan manajemen, dan pembinaan serta latihan tenaga kerja industrial.

Pengembangan industri kecil ditujukan untuk menambah kesempatan kerja dan meningkatkan nilai tambah. Hal yang pertama dilakukan untuk mengembangkan industri kecil adalah analisis masalah. Analisis permasalahan awal inilah yang akan menentukan bidang-bidang yang menjadi prioritas pengembangan. Permasalahan yang sering muncul adalah masalah pemasaran, sehingga pemerintah lebih mengutamakan mengembangkan dalam bidang ini. Dengan diadakan pameran, diharapkan permasalahan industri kecil dapat teratasi dan dapat terjalin mitra usaha dengan industri atau pengusaha lain.

3. Upaya Pengembangan Industri Kecil

Dalam kajian pustaka ini peneliti menemukan beberapa referensi yang menggunakan istilah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Penggunaan

konsep Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan konsep Industri Kecil dan Menengah (IKM) dalam kajian ini sebenarnya merujuk pada hal yang sama. Beberapa instansi menyebut satu objek tersebut dengan istilah yang berbeda, namun esensi yang dikandungnya adalah sama. Sehingga konsep pengembangan UKM dapat diaplikasikan juga ke dalam pengembangan IKM.

Pengembangan industri memerlukan klasifikasi ke dalam kelompok-kelompok tertentu. Menurut Kuncoro (2004: 307) menjelaskan bahwa mengembangkan industri kecil terdapat pembinaan yang telah diupayakan selama ini dan diklasifikasi dalam:

- a. Aspek manajerial, meliputi: peningkatan produktivitas/omzet/tingkat utilisasi/tingkat hunian, meningkatkan kemampuan pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia.
- b. Aspek permodalan, meliputi: bantuan modal (penyisihan 1-5% keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) dan kemudahan kredit (KUPEDES, KUK, KIK, KMKP, KCK, Kredit Mini/Midi, KKU)
- c. Mengembangkan program kemitraan dengan usaha besar baik lewat sistem Bapak-Anak Angkat, PIR, keterikatan hulu-hilir (*forward linkage*) keterikatan hilir-hulu (*backward linkage*), modal ventura, ataupun sub-kontrak.
- d. Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan yang berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri Kecil) SUIK, (Sarana Usaha Industri Kecil) yang didukung oleh UPT (Unit Pelayanan Teknis) atau TPI (Tempat Penyuluh Industri)
- e. Pembinaan untuk bidang usaha daerah tertentu lewat KUB (Kelompok Usaha Bersama), KOPINKRA (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan)

Menurut Hasfah (2004: 43) pengembangan industri kecil atau usaha kecil perlu memperhatikan permasalahan yang dihadapi, sehingga kedepan dapat diupayakan pengembangan industri sebagai berikut:

- a. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif

Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketenteraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.

b. Bantuan Permodalan

Pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura. Pembiayaan untuk UKM sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, maupun non bank.

c. Perlindungan Usaha

Jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (win-win solution).

d. Pengembangan Kemitraan

Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara Usaha Kecil dan Menengah (UKM), atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

e. Pelatihan

Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Disamping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

f. Membentuk Lembaga Khusus

Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuhkembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UKM.

g. Memantapkan Asosiasi

Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat, untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.

h. Mengembangkan Promosi

Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-

produk yang dihasilkan. Disamping itu perlu juga diadakan talk show antara asosiasi dengan mitra usahanya.

i. Mengembangkan Kerjasama yang Setara

Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha (UKM) untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

Dari beberapa upaya yang sudah dijelaskan maka dapat dilihat peran pemerintah dalam pengembangan industri kecil sangat diperlukan. Baik pengembangan dan bantuan dalam hal permodalan, pelatihan produksi, pengembangan mitra dan kerjasama, pemasaran dan promosi, dan manajerial merupakan hal yang sangat diperlukan dalam industri kecil terutama industri keripik tempe. Bentuk kegiatan pengembangan yang tepat akan mengoptimalkan usaha pemerintah dalam mengembangkan industri kecil. Dengan semakin berkembangnya industri kecil, diharapkan dapat menjadi pusat perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat akan meningkat.

Lebih lanjut upaya pengembangan menurut Primiana (2009: 34), ia menawarkan konsep pengembangan UKM, konsep pengembangannya adalah:

Membentuk badan/pusat kerjasama antar lembaga/instansi yang memudahkan bagi UKM mencari pendamping baik dari sisi manajerial maupun pendanaan. Seluruh tahapan menjadi satu atap sehingga memudahkan bagi pemerintah untuk melakukan monitoring kemajuan dari pemberdayaan UKM tersebut.

Pola kerjasama yang dapat dilakukan dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Primiana, (2009 : 35)

Gambar di atas memberikan gambaran bahwa seluruh UKM di daerah tercatat di dinas KUKM provinsi/kota. Lembaga/instansi yang bersinergi tersebut memiliki kriteria penilaian yang disepakati bersama guna mengetahui potensi/kelayakan UKM secara menyeluruh dan dikelompokkan dalam suatu matriks pengembangan UKM dan diperoleh UKM yang memiliki potensi tinggi dan potensi rendah. Tahap berikutnya adalah membuat perencanaan serta pelaksanaan pembinaan dan pengembangan UKM. Karena pada tahap sebelumnya sudah diketahui kelemahan dari UKM yang memiliki potensi apakah manajerial atau pendanaan, maka berikutnya adalah menyalurkan UKM kepada lembaga/instansi sesuai dengan peran dan

kompetensinya masing-masing. Artinya pada tahap ini ada pembagian tugas dan peran. Output pada proses ini adalah profil dari UKM yang memberikan gambaran tahun berdiri, produk yang dihasilkan, pasar sasaran, omset tahun ke tahun, jumlah tenaga kerja, jenis bantuan yang diterima, perkembangan pasca bantuan. Ini semua tentunya harus terbatas waktu sehingga perlu dilakukan evaluasi dan monitoring secara terus menerus. Hal ini untuk melihat kemajuan dari pembinaan dan pengembangan yang telah dilakukan selama ini terhadap UKM, yang dapat dijadikan dasar apakah UKM sudah dapat mandiri atau masih perlu pembinaan lebih lanjut (Primiana, 2009:36).

Upaya pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) menurut Primiana juga dapat diterapkan dalam mengembangkan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Bentuk pengembangan yang ditawarkan adalah menganalisa faktor eksternal dan internal, baik itu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap industri kecil. Setelah menganalisa kedua faktor tersebut, lalu dianalisa potensi industri kecil tersebut, sehingga dapat dilakukan pembinaan dan pengembangan sesuai dengan potensi tersebut. Dalam pembinaan dan pengembangan dilibatkan pihak pemerintah, perguruan tinggi, perbankan, dan lembaga pendamping terkait. Pembinaan dan pengembangan meliputi aspek manajerial dan pendanaan dari proses ini industri akan di evaluasi dan monitoring. Hasil dari kegiatan tersebut adalah industri yang mandiri, jika industri belum mandiri maka perlu dilakukan kegiatan pembinaan dan pengembangan industri kecil lebih lanjut.

4. Fokus Pengembangan Industri Kecil

Dalam mengembangkan industri kecil terdapat banyak bidang yang harus dikembangkan. Namun dalam penelitian ini terkait pengembangan

industri kecil keripik tempe, maka peneliti membatasi bidang yang dijadikan fokus. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah:

a. Permodalan

Industri kecil dalam melaksanakan kegiatan usahanya tak terlepas dari sejumlah modal yang menjadi awal usaha. Modal merupakan hal yang dibutuhkan setiap pengusaha industri kecil dalam mengembangkan usaha mereka.

Pengertian modal tidak selamanya memiliki pengertian yang sama tentang modal ataupun kekayaan. Istilah “modal” yang biasa dipergunakan dalam abad ke 16 dan abad ke 17 menunjukkan pengertian kepada dua hal, antara lain:

- 1) Modal dalam pengertian persediaan uang yang digunakan untuk membeli barang yang akan dijual untuk mendapatkan keuntungan dalam perdagangan.
- 2) Modal dengan maksud untuk menggambarkan persediaan yang berupa barang-barang. Sehingga istilah “modal” digunakan untuk kedua pengertian itu; pengertian keuangan dan pengertian barang. (Komaruddin, 1976: 46).

Sementara itu Stuart Mill yang dikutip oleh Komarudin (1976: 47) menggunakan istilah “modal” dalam pengertian:

- 1) Barang-barang fisik yang digunakan untuk menghasilkan barang-barang lainnya.
- 2) Sejumlah dana yang tersedia untuk menyewa tenaga kerja.

Modal dalam pengertian barang-barang fisik yang digunakan dalam proses produksi ditinjau sebagai salah satu dari keempat faktor

dasar dalam produksi. Yang lainnya adalah tanah, tenaga kerja, dan organisasi.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa istilah “modal” merujuk kepada dua hal. Pertama yaitu kepada sejumlah uang. Kedua lebih kepada persediaan barang. Baik uang dan barang ini digunakan untuk menghasilkan barang-barang lain dan juga modal ini menjadi faktor produksi. Sehingga modal dan industri kecil sangat erat kaitannya dengan mengakumulasikan modal ke bentuk-bentuk produksi yang menghasilkan barang maupun jasa.

b. Produksi

Kegiatan produksi merupakan tahap awal dari industri kecil, dimana terdapat aktifitas yang merubah bahan baku kedelai (input) menjadi produk keripik tempe yang diinginkan (output). Berikut adalah pengertian produksi menurut beberapa ahli, antara lain:

Menurut Assauri (1980: 7) menyebutkan produksi adalah “segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja, dan skill.” Partadireja (1985: 21) menjelaskan produksi adalah “kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda, atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran.” Pendapat lain dikemukakan oleh Sumarni (1987: 60) produksi adalah “semua kegiatan dalam menciptakan atau

menambah kegunaan barang atau jasa, dimana untuk kegiatan tersebut diperlukan faktor-faktor produksi.”

Dengan demikian produksi merupakan bentuk kegiatan yang berusaha mengubah bahan baku menjadi sesuatu yang mempunyai nilai tambah dan meningkatkan kegunaan barang atau jasa tersebut. Produksi dalam industri keripik tempe ini bertujuan mengubah kedelai menjadi keripik tempe dan meningkatkan nilai jual dan kegunaan bagi pengusaha industri kecil.

c. Pemasaran

Pemasaran dalam industri kecil merupakan bagian yang digunakan pengusaha untuk memperoleh keuntungan guna melangsungkan kegiatan usahanya. Dalam pemasaran, industri kecil dapat menjual produknya yang pada akhirnya akan mendatangkan laba bagi pengusaha industri kecil. Berikut adalah pemaparan pemasaran dari beberapa ahli, antara lain:

Menurut Assauri (2004: 3) pemasaran sebagai “kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.”

Menurut Chandra (2002: 3) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan “proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga promosi dan distribusi gagasan, barang jasa dalam rangka memuaskan individu dan organisasi.”

Menurut Kotler (2000: 9) mengungkapkan pemasaran adalah “suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.”

Berdasarkan penjelasan di atas, maka simpulan dari pemasaran adalah proses atau kegiatan manusia yang berusaha mencukupi kebutuhan dan keinginan dengan cara menawarkan produk melalui proses pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Kaitannya dengan industri kecil, pemasaran adalah sebagai ujung kegiatan yang menentukan untung atau rugi suatu usaha. Jika pemasarannya baik, maka akan mendatangkan keuntungan bagi pengusaha industri kecil.

d. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) memiliki peranan yang penting dalam tumbuh dan berkembangnya industri. Kualitas dan kuantitas SDM akan mempengaruhi kinerja, pola kerja, pengambilan keputusan serta produktivitas industri. Mathis dan Jackson (2001: 13) menjelaskan sumber daya manusia perlu dikembangkan untuk memberikan orientasi pada tenaga kerja baru, pelatihan kerja-keterampilan adalah bagian dari pelatihan dan pengembangan SDM. Pekerjaan pasti akan berevolusi dan berubah, pelatihan yang berkesinambungan diperlukan untuk tanggap pada perubahan teknologi.

Siagian (2001: 97) membagi 6 kriteria manfaat yang dapat dipetik dari adanya pengembangan sumber daya manusia, yaitu:

- 1) Peningkatan produktivitas kerja organisasi;
- 2) Terwujudnya hubungan yang serasi antara atasan dan bawahan;
- 3) Terjadinya proses pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat;
- 4) Meningkatkan semangat kerja seluruh tenaga kerja dalam organisasi;
- 5) Memperlancar jalannya komunikasi yang efektif;
- 6) Penyelesaian konflik secara fungsional.

Konsep pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) sangatlah penting untuk diterapkan dalam pengembangan industri. Melalui pengembangan SDM pekerja industri kecil akan ditingkatkan kapasitasnya sehingga produktivitas meningkat. Meminimalisir konflik dengan pekerja dan memberikan motivasi agar pekerja menjadi nyaman akan pekerjaannya. Hal yang paling penting dalam pengembangan SDM adalah pembinaan yang juga dilakukan oleh pemilik usaha terhadap pekerjanya.

5. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam Industri Kecil

Industri kecil dalam menjalankan usahanya dihadapkan dengan pesaing-pesaing dengan produk serupa atau dengan produk substitusi lain. Sehingga industri kecil jika ingin berkembang haruslah memahami kekuatan dan kelemahannya. Langkah selanjutnya adalah menganalisa peluang pasar dan ancaman dari pesaing. Maka diperlukan suatu analisis yang menyeluruh mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri kecil

sehingga dapat mengembangkan industri dengan berbagai alternatif program kegiatan.

Lebih lanjut Kuncoro (2004:194) menjelaskan tentang berbagai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknes*) yang terdapat dalam usaha mikro kecil. Kelemahan dan kekuatan yang ada di usaha mikro kecil dalam konsep ini juga bisa digunakan dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan yang ada di industri kecil. Sehingga kelemahan dan kekuatan yang dihadapi industri kecil antara lain:

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro dan Kecil

No.	Kekuatan	Kelemahan
1	<ul style="list-style-type: none"> • Menaati peraturan resmi yang dikeluarkan pemerintah • Mempunyai ketahanan atas berbagai krisis ekonomi yang menimpa usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mempunyai badan hukum sehingga menjadi objek • Tidak mempunyai modal yang cukup untuk tetap bertahan dalam usaha yang dijalani, sehingga harus beralih ke usaha lain
2	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai kemampuan spesifik dalam mengelola usaha yang dijalani • Dapat menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mempunyai perencanaan untuk mengembangkan usaha lebih maju • Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang masih rendah
3	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pemanfaatan bahan baku lokal, sehingga menciptakan peluang usaha • Sifat produksi yang padat karya, membantu pemerintah mengatasi pengangguran 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan dan kualitas bahan baku lokal masih kurang memadai dibanding bahan baku impor • Tingkat keahlian pekerja yang masih kurang dan rendah
4	<ul style="list-style-type: none"> • Mengandalkan pada modal sendiri untuk memulai dan merintis usaha yang dikelola • Tidak terlalu tergantung pada pinjaman atau utang/kredit dari perbankan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mampu berkembang dengan cepat karena keterbatasan modal • Perkembangan usaha tidak dapat dilacak, karena pelaporan hanya dibuat berdasarkan perkiraan pemilik

5	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah usaha mikro yang besar dan bahkan terbesar di seluruh Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak mempunyai badan hukum, sehingga sukar diperoleh informasi dengan cepat
6	<ul style="list-style-type: none"> Mempunyai jaringan pasar (pelanggan) yang baik selama ini 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak mampu mengelola pasar yang sudah ada secara efektif dan efisien, karena tidak memiliki konsep dan strategi pemasaran
7	<ul style="list-style-type: none"> Biaya produksi yang rendah karena sifat kerja sama dan upah tenaga kerja dalam usaha mikro dan kecil berdasarkan hubungan kekeluargaan Tidak mempunyai rencana produksi yang teratur dan jelas 	<ul style="list-style-type: none"> Sulit mencapai target produksi yang diinginkan dalam meningkatkan target penjualan Kinerja produksi sulit diukur karena tidak ada pembandingan
8	<ul style="list-style-type: none"> Produk yang dihasilkan memberikan nilai tambah bagi perekonomian 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak melakukan pengembangan atas produk yang telah dihasilkan

Sumber: Soeratno et al. dikutip oleh Kuncoro (2004)

Lebih lanjut menurut Kuncoro (2004:195) peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threat*) yang harus diketahui dalam pengembangan industri kecil antara lain:

Tabel 3. Peluang dan Tantangan Usaha Mikro dan Kecil

No.	Peluang	Tantangan
1	<ul style="list-style-type: none"> Membuat kebijakan yang lebih adil dan transparan bagi semua usaha yang bergerak di sektor apapun Membantu usaha dan upaya pemerintah dalam membangun pertumbuhan dan pemerataan ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> Membudayakan peraturan dan hukum di semua sektor usaha secara adil dan proposional tanpa melakukan diskriminatif Menyediakan dana dalam jumlah yang relatif besar bagi pengembangan usaha ini agar konsisten menjalankan usaha
2	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan kompetensi lokal dan nasional atas produk-produk unggulan yang berkualitas dan dapat bersaing dengan produk luar Memudahkan melakukan berbagai kebijakan baru yang berhubungan dengan pemulihan, perubahan, dan 	<ul style="list-style-type: none"> Menegakkan budaya formal-institusional dalam organisasi usaha mikro dan kecil yang menjalankan organisasi usaha secara tradisional Menyediakan sarana dan prasarana pendidikan dan pengetahuan kepada pemilik dan pekerja usaha mikro dan kecil

	peningkatan ekonomi	kebijakan
3	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan dan membuka lapangan usaha dan kerja baru bagi masyarakat Mengatasi masalah pengangguran yang menjadi beban pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> Membuat kebijakan yang melindungi usaha mikro dan kecil dengan menjamin pasar lokal dari masuknya produk nonlokal Menyediakan para pendidik yang mempunyai kualitas dan kapabilitas yang memadai di bidangnya
4	<ul style="list-style-type: none"> Adanya dorongan akselerasi kemandirian terhadap ketergantungan finansial/utang pada pihak luar negeri Dapat bekerja sama dengan pihak ketiga dalam membantu masalah pendanaan usaha yang dikelola 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan kemudahan fasilitas institusional dan prosedural pinjaman pada usaha ini terhadap lembaga perbankan Melakukan usaha dan upaya pendidikan dan pelatihan pelaporan atas usaha yang dikelola dan manfaatnya
5	<ul style="list-style-type: none"> Tumbuhnya usaha mikro dan kecil secara cepat dan merata dalam meningkatkan pendapatan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Mempermudah usaha dan upaya untuk memiliki badan hukum usaha melalui kebijakan yang adil dan transparan
6	<ul style="list-style-type: none"> Dapat membentuk jaringan pasar yang lebih luas secara lokal maupun regional 	<ul style="list-style-type: none"> Membentuk lembaga pengembangan produk yang menyediakan fasilitas dan informasi pasar yang dapat membuka peluang secara lebih luas dan beragam
7	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan hubungan kerja sama yang lebih mencerminkan komponen biaya proses produksi dan hasil produksi yang lebih riil Melakukan kerja sama produksi antara usaha besar dengan usaha mikro dan kecil untuk memenuhi permintaan 	<ul style="list-style-type: none"> Membuat kebijakan yang menetapkan sistem dan modal pengupahan yang adil dan wajar bagi setiap pelaku ekonomi Membuat kebijakan yang memprioritaskan peningkatan produksi terhadap produk usaha mikro dan kecil dalam suatu industri
8	<ul style="list-style-type: none"> Memperbanyak jenis-jenis produksi yang dihasilkan oleh usaha mikro dan kecil dalam suatu industri 	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan dana atau anggaran untuk membantu usaha mikro dan kecil dalam penelitian dan pengembangan produk

Sumber: Soeratno et al. dikutip oleh Kuncoro (2004)

Dengan demikian dengan menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri kecil, maka upaya pengembangannya adalah memanfaatkan peluang dan menyelesaikan tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha. Peluang yang tersedia akan berdampak positif bagi kemajuan dan tumbuh-kembangnya industri mikro dan kecil dengan cepat, sementara tantangan yang dihadapi harus diupayakan penyelesaiannya secara sistematis, efektif, efisien, dan optimal. Sehingga diperlukan kerjasama dan koordinasi antar instansi yang terpadu dan menyeluruh berdasarkan prioritas masalah, untuk dapat menyelesaikan masalah sekaligus mengembangkan industri kecil.





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sebelum menjelaskan mengenai jenis penelitian, terlebih dahulu akan dipaparkan mengenai metode penelitian. Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Ditinjau dari sudut filsafat, metodologi penelitian merupakan epistemologi penelitian, yaitu yang menyangkut bagaimana kita mengadakan penelitian. (Usman dan Akbar, 2009: 41)

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Usman dan Akbar (2009:129) menjelaskan bahwa kata deskriptif berasal dari bahasa Inggris, *descriptive*, yang berarti bersifat menggambarkan atau melukiskan sesuatu hal. Menggambarkan atau melukiskan dalam hal ini dapat dalam arti sebenarnya (harfiah), yaitu berupa gambar-gambar atau foto-foto yang di dapat dari data lapangan atau peneliti menjelaskan dengan kata-kata. Pelaku atau responden yang menjadi objek dan subjek penelitian kegiatan atau kejadian yang diteliti, dalam

konteks (lingkungan) tempat penelitian dilakukan dilaporkan secara deskriptif sehingga pembaca memahami dengan baik laporan hasil penelitiannya.

Sementara itu penelitian kualitatif dilakukan dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Metode penelitian kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (*verstehen*). Metode kualitatif dalam penelitian di industri keripik tempe Sanan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi antara pengusaha dan lembaga atau dinas yang terkait dalam pengembangan industri. Responden dalam metode kualitatif berkembang terus (*snowball*) secara bertujuan (*purposive*) sampai data yang dikumpulkan dianggap memuaskan. Selebihnya Sugiyono dalam Pasolong (2012:161) menyebutkan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Minimal ada tiga hal yang digambarkan dalam penelitian kualitatif, yaitu karakteristik perilaku, kegiatan atau kejadian-kejadian yang terjadi selama penelitian, dan keadaan lingkungan atau karakteristik tempat penelitian berlangsung.

B. Fokus Penelitian

Penentuan fokus penelitian dimaksudkan untuk memperjelas ruang lingkup pembahasan penelitian, sehingga terhindar dan tidak terjebak dari pengumpulan data pada bidang yang sangat umum dan luas atau kurang relevan dengan masalah tujuan penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah, maka fokus penelitiannya adalah:

1. Upaya Pemerintah Kota Malang dan lembaga terkait dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan, pengembangan meliputi:
 - a. Fasilitasi Permodalan;
 - b. Pengembangan Produksi;
 - c. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM);
 - d. Fasilitasi Pemasaran;
2. Faktor penghambat dan pendukung dari upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan Kota Malang, meliputi:
 - a. Faktor Penghambat (bahan baku, waktu pembinaan, jumlah pegawai, sarana dan prasarana)
 - b. Faktor Pendukung (keberadaan lembaga pendamping, sarana dan prasana, daerah pariwisata dan keadaan industri)

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian tersebut dilakukan serta tempat dimana peneliti dapat mengungkapkan keadaan yang senyatanya dari objek yang diteliti tersebut. Lokasi penelitian yang dilakukan berada di Kota

Malang. Peneliti memilih mengambil lokasi penelitian di daerah tersebut dengan pertimbangan bahwa Kota Malang merupakan Kota Pendidikan di Jawa Timur. Sehingga mengakibatkan banyak pendatang ataupun pelajar yang datang dari berbagai daerah diluar Kota Malang, selain itu Kota Malang juga mempunyai produk olahan tempe yang cukup terkenal. Dengan banyaknya para pendatang, perlu dikembangkan suatu produk khas daerah yang potensial bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Situs penelitan adalah tempat yang lebih spesifik dimana peneliti melakukan penelitian. Situs penelitian dapat berada di kantor, lapangan, tempat kerja narasumber dan tempat peneliti menggali informasi. Adapun yang menjadi situs penelitian dalam pengembangan keripik tempe Sanan adalah

1. Industri Keripik Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Belimbing, Kota Malang.
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.
3. Dinas Koperasi dan UKM (Usaha Kecil Menengah) Kota Malang.
4. Unit Pelayanan Teknis Konsultan Keuangan/Pedamping Mitra Bank (UPT KKMB) wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia cabang Malang.

Dengan pertimbangan bahwa pada dinas, UPT dan industri kecil tersebut tersebut peneliti dapat memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan yang ditetapkan dan memperoleh gambaran mengenai upaya pengembangan industri kecil keripik tempe Sanan.

D. Sumber Data

Data atau informasi yang dikumpulkan haruslah relevan untuk menjawab dari rumusan masalah yang ditentukan. Menurut Lonfland dalam Moleong (2007: 157) mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder, sumber data tersebut antara lain:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan cara mengamati, mencatat dan wawancara langsung dengan pihak yang terkait secara langsung. Data primer dapat berupa opini subjek atau orang secara individual dan kelompok, hasil observasi terhadap suatu kejadian atau kegiatan serta hasil pengujian. Sumber data primer dalam penelitian ini meliputi:
 - 1) Pemilik usaha industri kecil keripik tempe Sanan.
 - 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan, Minuman dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Malang.
 - 3) Seksi Promosi Disperindag Kota Malang.
 - 4) Seksi Pengembangan Kerjasama Usaha, Dinas Koperasi dan UKM (Dinkop dan UKM) Kota Malang.
 - 5) Seksi Pengembangan Kewirausahaan Dinkop dan UKM Kota Malang.
 - 6) Seksi Pengembangan Informasi Bisnis Dinkop dan UKM Kota Malang.

7) Unit Pelayanan Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB) Kota Malang.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau catatan-catatan yang telah ada. Adapun yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi kegiatan pengembangan industri kecil, katalog, Renstra beserta dokumen dari dinas dan lembaga terkait. Data sekunder juga berasal dari data yang relevan dari pemilik industri.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Teknik wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Wawancara berguna untuk mendapatkan data dari tangan pertama (primer). Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber, antara lain:

- 1) Ibu Sri Bawon, Bapak Yudi, Bapak Sholeh, Bapak Wicaksono, Ibu Murni sebagai pengusaha keripik tempe Sanan.
- 2) Bapak Budi Hartoyo sebagai Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan dan Minuman Disperindag Kota Malang.

- 3) Ibu Citra dan Bapak Rendra sebagai staf Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan dan Minuman Disperindag Kota Malang.
- 4) Bapak Rudi sebagai Kepala Seksi Promosi Disperindag Kota Malang.
- 5) Ibu Wardasari Amalia sebagai Kepala Seksi Pengembangan Kerjasama Usaha, Dinkop dan UKM Kota Malang.
- 6) Bapak Bagus Pambudi sebagai Kepala Seksi Pengembangan Kewirausahaan, Dinkop dan UKM Kota Malang.
- 7) Bapak Winarto sebagai Kepala Seksi Pengembangan Informasi Bisnis Dinkop dan UKM Kota Malang.
- 8) Bapak Sunardi sebagai Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang Ketua UPT KKMB.

b. Teknik observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti. Observasi yang dilakukan peneliti adalah mengamati proses produksi dari tempe menjadi keripik tempe beserta kondisi tempat produksi, keadaan pertokoan di jalan raya Sanan dan gerai di rumah produksi.

c. Teknik dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai laporan, dokumen dan data-data yang relevan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen serta arsip tertulis dinas dan lembaga terkait yang relevan beserta foto-foto kegiatan pengembangan di lapangan.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Usman dan Akbar (2009:78) yang menjadi instrumen penelitian atau alat pengumpul dalam metode kualitatif ialah peneliti sendiri. Jadi, peneliti merupakan *key instrument*, dalam mengumpulkan data, si peneliti harus terjun sendiri ke lapangan secara aktif. Sementara itu pendapat lain berasal dari Arikunto dalam Zuriyah (2007: 168) menyebutkan instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.

Instrumen penelitian untuk mendapatkan data dan informasi mengenai upaya pengembangan keripik tempe Sanan adalah sebagai berikut :

a. Peneliti sendiri

Yaitu dengan mengamati-fenomena-fenomena dan wawancara dengan kelompok sasaran yang berkaitan dengan fokus penelitian. Peneliti sebagai instrumen penelitian itu sendiri dapat mengingat dan menggali informasi lebih dalam terkait data-data yang akan dikumpulkan pada saat di lapangan.

b. Pedoman wawancara

Yaitu berupa materi atau poin-poin yang menjadi dasar dan acuan dalam melakukan wawancara dengan narasumber. Digunakannya pedoman wawancara dimaksudkan agar wawancara yang dilakukan benar-benar memperoleh informasi yang dibutuhkan dan sesuai dengan topik penelitian yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, peneliti terkadang melakukan wawancara diluar pedoman wawancara, hal ini dilakukan untuk membuat suasana wawancara menjadi nyaman dan narasumber akan menjelaskan lebih banyak daripada yang diduga peneliti.

c. Catatan lapangan

Yaitu catatan dilapangan untuk mencatat hasil wawancara dan pengamatan selama melakukan penelitian. Peneliti mencatat hal-hal yang dianggap penting dan digunakan sebagai bahan telaah atas apa yang sudah diwawancarakan.

d. Instrumen penelitian lainnya

Peneliti menggunakan beberapa peralatan yang membantu penelitian, seperti alat perekam dan kamera melalui *handphone* peneliti.

G. Analisis Data

Analisa data menurut Singarimbun (1989:263) adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Selanjutnya Usman dan Akbar (2009:83) menambahkan bahwa data harus segera dianalisis setelah dikumpulkan dan dituangkan dalam bentuk

laporan lapangan. Pengertian analisis data juga muncul dari Bogdan dan Biklen dalam Usman dan Akbar (2009:84), analisis data ialah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif menurut Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman dikutip oleh Sugiyono (2013:337) menyebutkan model dalam menganalisis suatu data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Penjelasan mengenai model penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan peneliti melalui tiga teknik yaitu: wawancara, observasi dan dokumentasi. Kegiatan wawancara lebih dominan dalam penelitian ini, karena peneliti akan mengetahui gambaran secara umum mengenai bentuk kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan secara lebih lengkap dan jelas.

b. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan). Peneliti mereduksi data dengan mengklasifikasikan data yang diperlukan dan sesuai data fokus atau tidak.

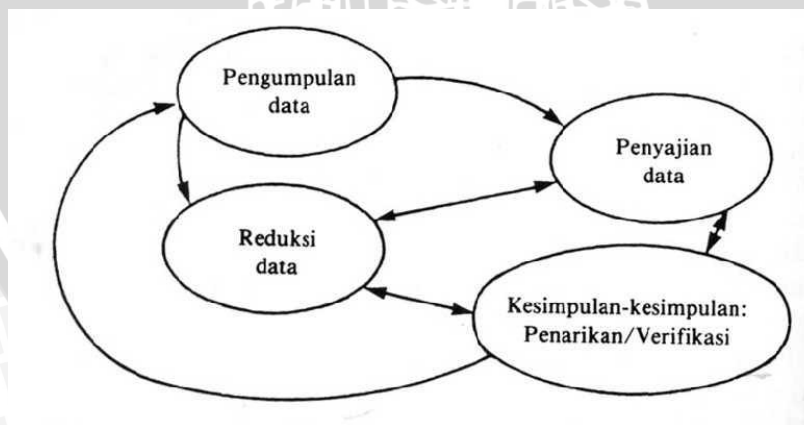
c. Penyajian data

Penyajian data diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang sesuai data fokus di lapangan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Peneliti melakukan penyajian data mengenai upaya yang dilakukan untuk mengembangkan industri keripik tempe Sanan kemudian menyajikan faktor penghambat dan pendukungnya.

d. Menarik kesimpulan atau verifikasi

Peneliti melakukan kesimpulan atas dasar analisis data yang telah dilakukan. Dengan menyajikan data fokus, peneliti menarik kesimpulan tentang upaya yang dilakukan untuk mengembangkan industri keripik tempe Sanan.

Model interaktif yang menggambarkan keterkaitan ketiga kegiatan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.

Analisis Data Model Interaktif

Sumber: Miles dan Huberman dalam Sugiyono 2013

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kota Malang

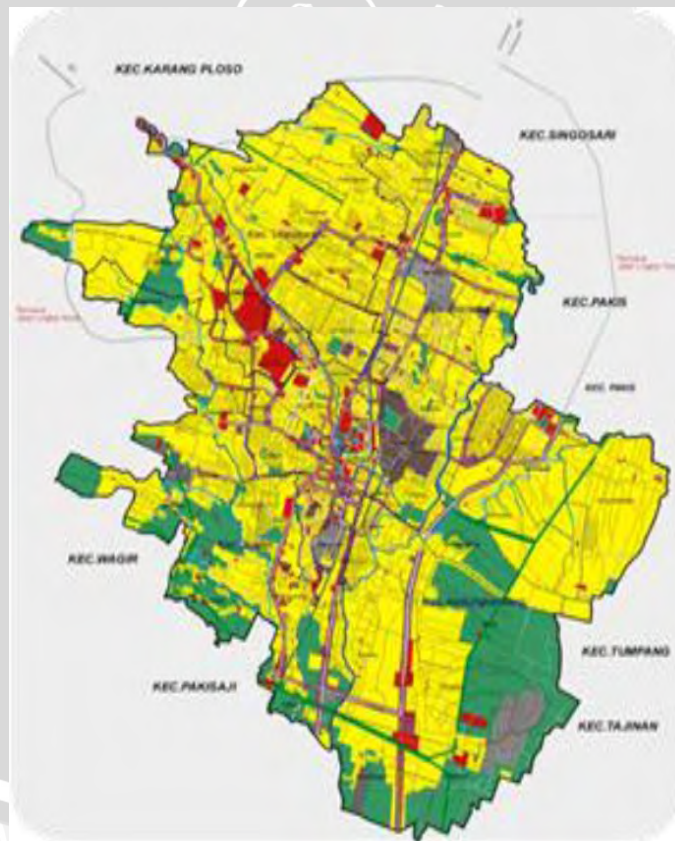
a. Kondisi Geografis Kota Malang

Kota Malang yang terletak pada ketinggian antara 440 - 667 meter diatas permukaan air laut, merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Letaknya yang berada ditengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak $112,06^{\circ}$ - $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ - $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kec. Karangploso Kabupaten Malang
- 2) Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
- 3) Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
- 4) Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Dengan luas wilayah $110,06 \text{ km}^2$, Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Propinsi Jawa Timur setelah Kota Surabaya. Jumlah

penduduk hingga saat ini hampir 800 ribu jiwa. Sedangkan secara administratif pemerintahan, Kota Malang dibagi menjadi 5 wilayah kecamatan yaitu: Kecamatan Klojen, Lowokwaru, Blimbing, Sukun, dan Kedung Kandang. Topografi wilayah Kota Malang merupakan dataran tinggi dengan ketinggian antara 440 - 667 meter di atas permukaan laut, dimana daerah terendah terletak di Kelurahan Tlogowaru Kecamatan Kedungkandang dan Daerah tertinggi di Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru.



Gambar 3.
Peta Kota Malang

Sumber: Dokumen dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang

b. Visi dan Misi Kota Malang

Kota Malang dalam melakukan pembangunan memiliki visi yang hendak dicapai. Visi Kota Malang periode tahun 2013-2018 adalah: "Menjadikan Kota Malang Sebagai Kota Bermartabat".

Untuk dapat disebut sebagai Kota BERMARTABAT, maka akan diwujudkan Kota Malang yang aman, tertib, bersih, dan asri, dimana masyarakat Kota Malang adalah masyarakat yang mandiri, makmur, sejahtera, terdidik dan berbudaya, serta memiliki nilai religiusitas yang tinggi dilandasi dengan sikap toleransi terhadap perbedaan-perbedaan yang ada di tengah-tengah masyarakat, dengan Pemerintah Kota Malang yang bersih dari KKN dan sungguh-sungguh melayani masyarakat. Sehingga, Kota Malang secara umum akan memiliki keunggulan-keunggulan dan berdaya saing tinggi untuk dapat menempatkan diri sebagai kota yang terkemuka dengan berbagai prestasi di berbagai bidang.

Visi BERMARTABAT dapat menjadi akronim dari beberapa prioritas pembangunan yang menunjuk pada kondisi-kondisi yang hendak diwujudkan sepanjang periode 2013-2018, yakni: BERSih, Makmur, Adil, Religius-toleran, Terkemuka, Aman, Berbudaya, Asri, dan Terdidik.

Sementara untuk menjalankan visi diperlukan misi untuk menerjemahkan visi kedalam pokok-pokok tujuan yang hendak dicapai. Dalam rangka mewujudkan visi sebagaimana tersebut di atas, maka misi

pembangunan dalam Kota Malang Tahun 2013-2018 adalah sebagai berikut :

- 1) Menciptakan masyarakat yang makmur, berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai-nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara. (Visi: berbudaya, religius-toleran, terdidik dan aman).
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang adil, terukur dan akuntabel. (Visi: adil, berbudaya, bersih)
- 3) Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yang berkesinambungan, adil, dan ekonomis. (Visi: terkemuka, asri, makmur, adil, terdidik)
- 4) Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat kota malang sehingga bisa bersaing di era global. (Visi: terkemuka, terdidik)
- 5) Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat kota malang baik fisik, maupun mental untuk menjadi masyarakat yang produktif. (Visi: makmur, berbudaya, adil, religius-toleran)
- 6) Membangun Kota Malang sebagai kota tujuan wisata yang aman, nyaman, dan berbudaya. (Visi: aman, berbudaya, bersih, terkemuka, makmur dan asri)
- 7) Mendorong pelaku ekonomi sektor informal agar lebih produktif dan kompetitif. (Visi: adil, terkemuka, makmur)
- 8) Mendorong produktivitas industri dan ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan. (Visi: bersih, berbudaya, makmur, terkemuka, asri, adil)

- 9) Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. (Visi: berbudaya, makmur, adil, terkemuka)

c. Tribina Cipta Kota Malang

Masyarakat Kota Malang mempunyai cita-cita yang kemudian dibahas dalam Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962, sehingga ditetapkan Kota Malang sebagai :

- 1) Kota Pelajar / Kota Pendidikan
- 2) Kota Industri
- 3) Kota Pariwisata

Ketiga pokok tersebut menjadi cita-cita masyarakat Kota Malang yang harus dibina. Oleh karena itu kemudian disebut: TRIBINA CITA KOTA MALANG.

- 1) Kota Malang sebagai Kota Pendidikan,

Merupakan potensi daerah yang memiliki nilai jual dan daya saing baik di tingkat regional maupun nasional. Dalam era globalisasi dunia pendidikan menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi perubahan yaitu dengan adanya tuntutan masyarakat memperoleh fasilitas pendidikan yang baik dan berkualitas. Upaya yang dilaksanakan adalah dengan menciptakan visi dan misi pendidikan Kota Malang, menjalin mitra dengan lembaga perguruan tinggi baik dalam bidang

pengkajian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dalam pengembangan kualitas Kota Malang pada umumnya.

Kota Malang dipenuhi oleh berbagai sekolah, kampus perguruan tinggi, lembaga pendidikan non formal atau tempat-tempat kursus, serta sejumlah pondok pesantren. Selain itu juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang yang cukup memadai seperti tempat pemondokan, toko buku, super market, plaza, pusat pelayanan kesehatan masyarakat serta fasilitas penunjang lainnya yang tak kalah penting adalah adanya angkutan umum (transpotasi) yang tersedia ke penjuru kota (memiliki 25 jalur), yang menghubungkan 3 (tiga) terminal yang ada di Kota Malang, yaitu terminal Arjosari (arah Surabaya), terminal Gadang (arah Blitar), terminal Landungsari (arah Jombang/Kediri). Krisis ekonomi yang berkepanjangan membawa dampak ekonomi yang sangat berat bagi warga Kota Malang. Hal ini ditandai dengan meningkatnya angka pengangguran dan menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Namun dengan segala keyakinan dan senantiasa memanjatkan doa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, maka krisis yang berkepanjangan ini sedikit-demi sedikit dapat teratasi. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi krisis tersebut adalah dengan menciptakan lapangan kerja dan usaha yang seluas-luasnya serta menciptakan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki daya saing di pasar kerja.

2) Kota Malang Sebagai Kota Industri

Kota Malang sejak dulu sangat dikenal dengan industri rokok kreteknya. Diversifikasi produk industri kecil dan menengah yang Murniai bangkit sejak berlangsungnya krisis ekonomi, masih memerlukan bimbingan dalam hal peningkatan mutu, teknis dan penanam modal untuk mempercepat peMurniihan pembangunan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan, serta untuk perkembangannya di masa mendatang. Sedangkan industri besar yang ada di Kota Malang masih perlu adanya wahana untuk diperkenalkan secara luas, sehingga semakin mendukung produktivitas Kota Malang sebagai Kota Industri.

3) Kota Malang Sebagai Kota Pariwisata

Dengan potensi alam yang dimiliki oleh Kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan-bangunan kuno peninggalan Belanda, Kota Malang layak menjadi tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Berbagai pilihan tempat perbelanjaan, baik yang bersifat tradisional maupun modern yang tersebar di berbagai penjuru kota sangat menunjang Kota Malang sebagai Kota Pariwisata. Perkembangan pusat-pusat perbelanjaan modern ini seiring dengan perkembangan kawasan perumahan yang melaju dengan pesat seakan tidak ada lagi lahan yang tersisa di Kota Malang. Di era otonomi daerah dan era globalisasi saat ini upaya pembangunan di segala bidang yang telah dilaksanakan

merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi dan peran Kota Malang dalam percaturan hubungan antar Kota, antar Propinsi, maupun antar Bangsa. Sekaligus merupakan sebuah peluang dan harapan yang bisa memberi manfaat bagi masyarakat Kota Malang sendiri.

2. Gambaran Umum Dinas Perindustrian dan Perdagangan

a. Profil Disperindag Kota Malang

Pembentukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah, dimana pada pasal 2 disebutkan bahwa dengan Peraturan Daerah tersebut dibentuk 16 (enam belas) Dinas termasuk di dalamnya adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang memiliki tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang perindustrian dan perdagangan.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan merupakan pelaksana otonomi daerah di bidang perindustrian dan perdagangan yang mana selalu berusaha untuk melaksanakan pelayanan publik yang optimal sesuai visi dan misi yang diembannya. Dan selalu berusaha menyempurnakan kinerjanya dari tahun ke tahun.

Adapun Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Di dalam menjalankan tugasnya,

Dinas Perindustrian dan Perdagangan menempati gedung perkantoran terpadu Gedung A Lantai 3, beralamat di Jalan Mayjen Sungkono Malang.

b. Visi dan Misi

Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam menjalankan tugas berpedoman pada Visi dan Misi Dinas, adapun yang menjadi Visi Dinas Perindustrian dan Perdagangan adalah “Terwujudnya Industri dan Perdagangan sebagai Sektor Penggerak Ekonomi Kerakyatan dan Tumbuhnya Daya Saing Ekonomi yang Berkeadilan.”

Untuk mewujudkan visi tersebut di atas serta berpedoman terhadap tugas pokok dan fungsi Dinas yang berperan sebagai regulator dan fasilitator dalam pembangunan perindustrian dan perdagangan yang transparan dan akuntabel dalam mengutamakan kepentingan masyarakat, maka Misi Dinas Perindustrian dan Perdagangan tahun 2014-2018 adalah:

- 1) Meningkatkan Pelayanan Publik melalui Penciptaan Regulasi dalam Rangka Perlindungan, Pembinaan dan Pemberdayaan Dunia Usaha
- 2) Mendorong Peningkatan Nilai Tambah Industri dengan Fasilitasi Penguasaan Teknologi Industri dalam Rangka Meningkatkan Peran dan Kontribusi IKM terhadap PDRB

- 3) Meningkatkan Kinerja Sektor Perdagangan dan Ekonomi Kreatif melalui Fasilitasi Promosi dan Perbaikan Iklim Usaha Perdagangan
- 4) Menjaga Ketersediaan Bahan Pokok dan Penguatan Jaringan Distribusi
- 5) Meningkatkan Perlindungan Konsumen
- 6) Mewujudkan Reformasi Birokrasi dan Pengembangan Tata Kelola Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.

c. Tugas Pokok dan Fungsi

Adapun tugas pokok dari masing-masing unsur dalam organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Kepala Dinas, mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pokok dan fungsi mengkoordinasikan dan melakukan pengendalian internal terhadap unit kerja di bawahnya serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai tugas dan fungsinya.
- 2) Sekretariat, melaksanakan tugas pokok pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan kepustakaan serta kearsipan.
- 3) Bidang Perindustrian Agro dan Kimia, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Agro dan Kimia.

- 4) Bidang Perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT) mempunyai tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT)
- 5) Bidang Perdagangan, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan, dan pengawasan usaha perdagangan.
- 6) Bidang Perlindungan Konsumen melaksanakan tugas pokok penyelenggaraan upaya perlindungan konsumen.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut di atas, secara keseluruhan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang mempunyai fungsi sebagai berikut:

- 1) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang perindustrian dan perdagangan;
- 2) Penyusunan dan pelaksanaan Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja) di bidang perindustrian dan perdagangan;
- 3) Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan asosiasi dunia usaha;
- 4) Pelaksanaan pembinaan, pengembangan dan pengawasan kelembagaan di bidang industri dan perdagangan;
- 5) Pelaksanaan fasilitasi permodalan dan pelatihan teknis manajemen di bidang industri dan perdagangan;

- 6) Pelaksanaan monitoring dan fasilitasi kegiatan distribusi bahan kebutuhan pokok dan ekspor impor;
- 7) Pelaksanaan promosi produk industri dan usaha perdagangan;
- 8) Pelaksanaan kemetrolagian dan pengawasan penerapan standar di bidang perindustrian dan perdagangan serta perlindungan konsumen;
- 9) Pelaksanaan monitoring dan evaluasi kegiatan industri dan perdagangan;
- 10) Pelaksanaan pengumpulan, analisis dan diseminasi data serta pengawasan, monitoring dan evaluasi kegiatan pasar dalam rangka penyediaan informasi pasar dan stabilisasi harga;
- 11) Pelaksanaan fasilitasi operasional Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK);
- 12) Pemberian pertimbangan teknis perijinan di bidang industri dan perdagangan;
- 13) Pemberian dan pencabutan perijinan di bidang industri dan perdagangan;
- 14) Pelaksanaan kegiatan bidang pemungutan retribusi;
- 15) Pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, rumah tangga, perlengkapan, kehumasan, kepustakaan dan kearsipan;
- 16) Pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM);
- 17) Penyusunan dan pelaksanaan Standar Pelayanan Publik (SPP);

- 18) Pelaksanaan fasilitasi pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan;
- 19) Pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang perindustrian dan perdagangan;
- 20) Penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui website Pemerintah Daerah;
- 21) Penyelenggaraan UPT dan jabatan fungsional;
- 22) Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi;
- 23) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

3. Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM

a. Visi dan Misi

Visi Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dirumuskan sebagai berikut: “Terwujudnya Koperasi dan UKM sebagai Lembaga Dan Usaha Yang Sehat, Berdaya Saing, Tangguh, Mandiri Dan Berperan Dalam Perekonomian Daerah.” Dengan Visi tersebut diharapkan bahwa Koperasi dan UKM akan menjadi bagian dari pelaku ekonomi lainnya dalam rangka ikut mewujudkan kesejahteraan masyarakat Kota Malang.

Misi merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan terlaksana serta berhasil dengan baik sesuai dengan visi yang telah

ditetapkan. Visi akan dapat terwujud apabila mempunyai misi yang jelas, sehingga dapat menyelaraskan dengan potensi, peluang dan kendala yang dihadapi, dan juga misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan dan sasaran organisasi yang ingin dicapai. Suatu pernyataan Misi secara eksplisit menyatakan apa yang harus dicapai melalui kegiatan yang dilaksanakan, maka Dinas Koperasi dan UKM merumuskan pernyataan misinya sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas kelembagaan dan sumberdaya manusia koperasi;
- 2) Memberdayakan Koperasi dan UKM sebagai pelaku ekonomi yang berdaya saing dengan mengembangkan Ekonomi Kerakyatan;
- 3) Memfasilitasi perkuatan permodalan Koperasi dan UKM melalui pengembangan pembiayaan;
- 4) Meningkatkan peran Koperasi dan UKM untuk memperkuat struktur perekonomian.

b. Tugas Pokok dan Fungsi

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah. Sementara untuk fungsi yang dilakukan antara lain:

- 1) perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah;

- 2) penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- 3) pelaksanaan pembinaan, pengembangan dan pengawasan kelembagaan serta advokasi di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- 4) pelaksanaan fasilitasi pengesahan akta pembentukan, penggabungan dan peleburan serta pembubaran koperasi;
- 5) pelaksanaan pemeringkatan terhadap koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- 6) pelaksanaan pembinaan dan pengembangan produksi, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM) dan teknologi usaha kecil dan menengah;
- 7) Pelaksanaan fasilitasi, pembiayaan, pengawasan penyelenggaraan koperasi, koperasi simpan pinjam dan usaha simpan pinjam;
- 8) pemantauan dan pengawasan akuntansi koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- 9) pelaksanaan penilaian kesehatan koperasi simpan pinjam atau usaha simpan pinjam;
- 10) pelaksanaan pembinaan dan pengembangan usaha koperasi sektor industri pertanian, industri non pertanian serta perdagangan dan aneka usaha;
- 11) pelaksanaan bimbingan dan pengembangan jaringan kerjasama usaha dan kemitraan bagi usaha kecil dan menengah;

- 12) pelaksanaan bimbingan dan pengembangan kewirausahaan bagi usaha kecil dan menengah;
- 13) penyelenggaraan program pengembangan informasi bisnis usaha kecil dan menengah;
- 14) pelaksanaan pemrosesan pengesahan dan/atau pencabutan pengesahan akta pendirian atau akta perubahan badan hukum koperasi;
- 15) pemberian pertimbangan teknis perizinan di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah yang menjadi kewenangannya;
- 16) pemberian dan pencabutan perizinan di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah yang menjadi kewenangannya;
- 17) pelaksanaan penyidikan tindak pidana pelanggaran di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 18) pelaksanaan pembelian/pengadaan atau pembangunan aset tetap berwujud yang akan digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi;
- 19) pelaksanaan pemeliharaan barang milik daerah yang digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi;
- 20) pelaksanaan kebijakan pengelolaan barang milik daerah yang berada dalam penguasaannya;

- 21) pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, rumah tangga, perlengkapan, kehumasan, kepustakaan dan kearsipan;
- 22) pelaksanaan Standar Pelayanan Minimal (SPM);
- 23) pelaksanaan pemungutan penerimaan bukan pajak daerah;
- 24) penyusunan dan pelaksanaan Standar Pelayanan Publik (SPP) dan Standar Operasional dan Prosedur (SOP);
- 25) pelaksanaan pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan;
- 26) pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah;
- 27) penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui website Pemerintah Daerah;
- 28) pemberdayaan dan pembinaan jabatan fungsional;
- 29) penyelenggaraan UPT dan jabatan fungsional;
- 30) pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi; dan
- 31) pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas pokoknya.

4. Gambaran Umum UPT KKMB

a. Pembentukan Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB)

Pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini telah mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, baik itu pemerintah, perbankan, institusi pendidikan, maupun lembaga-lembaga swadaya masyarakat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari besarnya potensi dan manfaat pengembangan UMKM baik ditinjau dari sisi kepentingan ekonomi, bisnis, maupun politis. Meski demikian pengembangan UMKM masih sering terhambat oleh beberapa persoalan. Persoalan-persoalan tersebut diantaranya keterbatasan permodalan, akses informasi, hambatan birokrasi dan legalitas usaha, kapasitas sumber daya manusia, lemahnya pasar, serta aspek-aspek lainnya. Pada sisi yang lain, iklim globalisasi dan liberalisasi pasar menjadi faktor eksternal yang menghadang pengembangan UMKM.

Ditengah kondisi tersebut di tahun 2002 tepatnya tanggal 22 April 2002 dibangun nota kesepakatan bersama antara Gubernur Bank Indonesia Burhanuddin Abdullah dengan Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat Jusuf Kalla yang berintikan dorongan peningkatan akses keuangan UMKM terhadap dunia perbankan melalui penguatan peran Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank atau yang disebut KKMB. Penguatan peran KKMB tersebut diwujudkan dengan pembentukan satuan-satuan tugas daerah (satgasda) pemberdayaan KKMB di setiap provinsi. Di Jawa Timur sendiri pembentukan satgasda

KKMB didasari oleh surat keputusan Gubernur Jawa Timur tanggal 21 April 2004 yang juga mendorong dibentuknya satgasda di tiap kota/kabupaten di Jawa Timur.

Pada lingkup wilayah kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang, keberadaan KKMB di kabupaten/kota sebagai berikut :

- 1) Kota Batu (SK Walikota Batu tanggal 26 Juli 2004)
- 2) Kota Pasuruan (SK Walikota Pasuruan tanggal 27 Juli 2004)
- 3) Kabupaten Malang (SK Bupati Malang tanggal 9 Maret 2006)
- 4) Kabupaten Pasuruan (SK Bupati Pasuruan tanggal 17 Juli 2006)
- 5) Kota Probolinggo (SK Walikota Probolinggo tanggal 25 Juli 2008)
- 6) Kota Malang (SK Walikota Malang tanggal 30 Januari 2009)
- 7) Kabupaten Probolinggo

b. Posisi Strategis UPT KKMB dalam Pengembangan UMKM

UPT KKMB terdiri dari individu-individu yang memiliki tugas dan kompetensi dalam menjembatani Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan Perbankan. Posisi strategis UPT KKMB dalam pengembangan UMKM tercermin melalui tugas dan fungsi utama UPT KKMB adalah menjembatani hubungan antara UMKM dan Perbankan dalam rangka mendukung fungsi intermediasi perbankan dan pengembangan UMKM. Melalui layanan dan jasa-jasa UPT KKMB, KKMB dapat melaksanakan fungsi dan perannya secara maksimal sebagai berikut:

- 1) Menyusun proposal dan syarat-syarat kredit UMKM guna memperoleh dukungan permodalan bank.
- 2) Membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas usaha.
- 3) Membantu Pemerintah Daerah untuk mengidentifikasi dan memfasilitasi pengembangan sektor-sektor unggulan daerah.
- 4) Membantu proses legalisasi usaha seperti HAKI, SIUP, TDP, dan lain-lain.
- 5) Jasa-jasa lainnya yang terkait dengan pengembangan UMKM.

Sehubungan dengan layanan dan jasa-jasa UPT KKMB, manfaat keberadaan UPT KKMB sebagai berikut :

- 1) Penyediaan informasi produk kredit perbankan dan alternatif kredit yang murah, cepat dan menguntungkan.
- 2) Pengusaha (UMKM) dapat tetap fokus melaksanakan kegiatan usahanya, karena segala urusan persyaratan perkreditan telah ditangani oleh UPT KKMB.
- 3) UPT KKMB terdiri dari orang-orang yang mempunyai latar belakang kompetensi dan keahlian, sehingga akan memperoleh manfaat-manfaat lainnya seperti jaringan pemasaran, inovasi produk dan lain-lain.
- 4) Para pihak terkait dapat mengetahui potensi dan sektor-sektor unggulan daerah.

- 5) Meningkatkan koordinasi dan hubungan kerja antara perbankan, UMKM, Pemerintah Daerah, Perguruan Tinggi dan pihak-pihak lain yang memiliki atensi untuk mengembangkan UMKM.

c. Pengembangan UMKM di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang

Hampir seluruh kegiatan pemberdayaan sektor riil dan UMKM di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Malang melibatkan KKMB. Selain program access to finance, kegiatan tersebut dapat dibagi dalam kelompok besar :

- 1) Identifikasi dan analisa kelayakan usaha serta pemberian informasi usaha yang layak dibiayai bank
- 2) Pengembangan Kluster Usaha (Jamur Kancing Bromo dan Kentang Batu)
- 3) Corporate Social Responsibility
- 4) Fasilitator Linkage Program dan akses ekspor
- 5) Bazaar Kredit
- 6) Sosialisasi dan Fasilitator Kredit Program
- 7) Fasilitator Sertifikasi Agunan, dan Legalisasi Aset lainnya

5. Gambaran Umum Industri Keripik Tempe Sanan

a. Sejarah Tempe dan Keripik Tempe Sanan

Tempe merupakan produk andalan Kampung Sanan. Rasa yang khas dari hasil olahan tempe Malang memang berbeda dengan tempe-tempe hasil olahan daerah-daerah lain di luar Malang sendiri, karena itu tempe Malang lebih bisa di terima dan di sukai terutama pada rasa hasil olahan tempennya sendiri.

Sebelum dikenal sebagai sentra keripik tempe, Sanan telah lama dikenal sebagai sentra tempe. Hampir seluruh penduduk kampung Sanan sejak puluhan tahun lalu bergiat sebagai produsen tempe, namun hanya menjual tempe yang rasa dan bentuknya masih orisinil. Hingga pada suatu saat munculah ide pengembangan kripik tempe sebagai solusi jika tempe-tempe yang dijual di pasar tidak laku, tempe tersebut dijadikan keripik tempe. Ternyata solusi ini berjalan efektif dan sangat bermanfaat bagi masyarakat di Kampung Sanan, selain kualitas produk tempe mereka meningkat, kerugian akibat kadaluwarsa dapat diatasi, bahkan laba yang diperoleh pun jauh lebih banyak sehingga kesejahteraan masyarakat Sanan meningkat.

Sentra keripik tempe Sanan, Malang, dalam beberapa tahun telah berkembang dengan pesat. Jika di awal tahun 2000 hanya ada beberapa perajin keripik tempe, sekarang jumlah perajin bertambah berlipat-lipat. Bahkan jumlah produsen keripik tempe saat ini telah mencapai sekitar 40% dari jumlah penduduk kampung Sanan. Dilihat dari sisi keberhasilan

dalam memberdayakan masyarakat Sanan, khususnya dari penyerapan tenaga kerja maka hal ini semakin terwujud terutama mengatasi angka pengangguran di Malang.

b. Gambaran Umum Sentra Industri Tempe Sanan

Sentra industri tempe Malang terletak di daerah Sanan Malang Jawa Timur. Kampung Sanan adalah sentra industri tempe terbesar di Kota Malang, terletak ditengah-tengah Kota Malang tepatnya di Jalan Sanan Kelurahan Purwantoro dan merupakan sebuah permukiman warga yang tergabung dalam tiga RW, dimana hampir setiap rumah membuat tempe.

Masuk melalui gapura tersebut, kita akan mendapati kios-kios lain yang berjajar di sepanjang jalan. Kios-kios dengan berbagai nama ini khusus menjual keripik tempe. Masuk ke beberapa gang kecil di kanan atau kiri jalan, hamparan kios keripik tempe memang tak lagi menghadang. Pemandangan akan berubah menjadi hamparan rumah-rumah biasa yang sekaligus menjadi tempat produksi keripik tempe maupun produksi tempe.

Potensi Sentra Industri Kecil Tempe di Sanan Purwantoro Tahun 2012 sebagai berikut:

Tabel 4. Data Industri Tempe dan Keripik Tempe Sanan Tahun 2012

	Tempe Kedelai	Keripik Tempe
Jumlah Unit Usaha	232	100
Jumlah Tenaga Kerja	452	453
Nilai Investasi	21.666.738.053	16.383.138.221
Nilai Produksi	62.920.170.000	31.079.516.667

Sumber: Dokumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang tahun 2012



B. Penyajian Data Fokus

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, baik melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, maka peneliti akan memaparkan dan mendeskripsikan sejumlah hasil penelitian di lapangan. Hasil penelitian yang akan dipaparkan dan dideskripsikan tentu saja akan mengacu pada rumusan masalah dan fokus yang telah ditetapkan. Berikut adalah penyajian data penelitian yang akan dibagi oleh tiap fokus, antara lain:

1. Upaya Pengembangan Keripik Tempe Sanan

a. Fasilitas Permodalan

Pengembangan industri keripik tempe Sanan, aspek permodalan menjadi suatu hal yang cukup penting dalam pengembangan usaha. Dalam fasilitas permodalan, pihak yang berperan dalam fasilitas permodalan dari perbankan untuk usaha maupun industri kecil adalah Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB). UPT KKMB keberadaanya berfungsi menjembatani hubungan antara usaha/industri kecil dan perbankan dalam rangka mendukung fungsi intermediasi perbankan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Secara umum UPT KKMB bertugas untuk pengembangan UMKM salah satunya di akses permodalan.

UPT KKMB memfasilitasi dalam bentuk konsultasi dan sosialisasi kepada industri kecil agar mereka bisa memperoleh bantuan dari bank pelaksana program pemerintah. Dari konsultasi tersebut untuk

memperoleh bantuan modal, industri kecil diarahkan kepada program kredit Pos Daya dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kedua program kredit tersebut tanpa agunan. Sedangkan sosialisasi mengenai bantuan permodalan bisa dilakukan dalam 2 bentuk, yaitu UPT KKMB yang turun ke lapangan dan juga pelaku industri kecil yang datang ke UPT KKMB. KKMB melakukan sosialisasi ke lapangan bersama pihak perbankan dan pemerintah daerah melalui dinas terkait.

Kegiatan konsultasi dan sosialisasi sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Sunardi selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, bertempat di Kantor UPT KKMB yang mengungkapkan sebagai berikut:

“Kita memberi konsultasi dan sosialisasi terkait pinjaman dari bank yang tanpa agunan, melalui program kredit Pos Daya dan KUR. Pos Daya dananya berasal dari Yayasan Damandiri Jakarta dalam penyalurannya harus melalui pendampingan oleh perguruan tinggi, sedangkan KUR itu dana berasal dari bank pelaksana tersebut, jika ada masalah dijamin oleh Lembaga Penjaminan Kredit. Nah kalau sosialisasi, pelaku usaha bisa datang kesini atau bisa juga kita bersama perbankan dan pemda mengadakan sosialisasi ke tempat sasaran.” (wawancara pada tanggal 7 Maret 2014 pukul 09.03 WIB)

Selain fasilitasi permodalan, KKMB juga melakukan pembinaan dan pendampingan. Pembinaan dan pendampingan dilakukan KKMB bersama dengan 32 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ada di Kota Malang. Pembinaan yang dilakukan adalah pembinaan manajemen keuangan seperti pembukuan sederhana, sedangkan pendampingan yang dilakukan dalam bentuk

pendampingan pada pelaku usaha agar setelah dana diterima itu bisa dioptimalkan dalam mengembangkan usaha.

Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Bapak Sunardi selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, mengungkapkan bahwa:

“Selain konsultasi, KKMB juga melakukan pembinaan manajemen keuangan seperti pembukuan sederhana, kalau UKM modalnya bagus tetapi tata kelola *ga* bagus kan bisa bangkrut makanya kita ajari tentang manajemen keuangan. Pendampingan juga dilakukan agar kredit yang sudah didapat dapat dipakai dengan benar. Setelah kredit cair itu yang rawan, rawan habis dulu sebelum dipakai untuk kegiatan, *makanya* perlu pendampingan.” (wawancara pada tanggal 7 Maret 2014 pukul 09.03 WIB).

Berdasarkan wawancara tersebut terlihat bahwa dengan adanya UPT KKMB, pelaku usaha atau industri kecil dapat terbantu dalam hal permodalan. Pelaku usaha jika mengalami kesulitan akan permodalan dan hubungan dengan perbankan dapat menghubungi UPT KKMB yang dapat memfasilitasi dana dari bank. Selain itu, pihak bank juga terbantu untuk memberikan bantuan dana pada pelaku usaha atau industri kecil dalam hal sosialisasi program. Sehingga dengan adanya UPT KKMB ini, pelaku usaha tidak kesulitan jika ingin melakukan kredit ke bank untuk pengembangan usaha. UPT KKMB banyak mendukung kegiatan pemberdayaan sektor riil dan UMKM, bentuk dukungan yang dilakukan adalah memfasilitasi akses UMKM yang ingin melakukan pinjaman ke bank.

Tabel 5. Perkembangan Realisasi Penyaluran Kredit UMKM melalui UPT KKMB

Tahun	Nominal (Rp)	Jumlah UMKM
2006	6,6 Miliar	130 UMKM
2007	7,5 Miliar	118 UMKM
2008	16,1 Miliar	461 UMKM
2009	31,2 Miliar	563 UMKM
2010	150,5 Miliar	261 UMKM
2011	163,2 Miliar	1070 UMKM
2012	316,5 Miliar	1231 UMKM
2013	174,5 Miliar	2538 UMKM

Sumber: Dokumen UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, 2014.

Tabel 6. Realisasi Kredit UMKM Sektor Industri Pengolahan

Sektor usaha	Total Realisasi Kredit	Jumlah UMKM	Tahun
Industri Pengolahan	Rp 4.976.000.000	29	2011
Industri Pengolahan	Rp 37.169.500.000	23	2012
Industri Pengolahan	Rp 3.476.000.000	25	2013

Sumber: Dokumen UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, 2014.

Fasilitasi permodalan dalam hal ini pemerintah daerah melalui dinas terkait ternyata tidak memiliki peran langsung terhadap fasilitasi permodalan. Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dalam fasilitasi modal ternyata tidak ada peran yang dilakukan. Dinas hanya mengarahkan para pelaku usaha untuk langsung ke bank terkait kredit untuk pengembangan usaha. Tidak ada pemberian modal

yang berasal dari dinas, dinas mengembangkan industri melalui pembinaan dan sosialisasi.

Pernyataan tersebut diungkapkan oleh Bapak Bagus Pambudi selaku Kepala Seksi Pengembangan Kewirausahaan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang dalam wawancara pada tanggal 29 Januari 2014 pukul 14:03 WIB bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, yang mengungkapkan bahwa “untuk fasilitasi permodalan tidak ada, kita nggak ada untuk fasilitasi permodalan kepada UKM, tapi untuk pembinaan dan pameran itu kita lakukan”. Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Budi Hartoyo, Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan dan Minuman, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang yang mengungkapkan bahwa:

“Dinas tidak mengurus permodalan maupun menjembatani antara bank dan industri, kita hanya melakukan bimbingan teknis, tapi ya kita mengarahkan agar industri kecil itu langsung ke bank terkait modal.” (wawancara pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 09:57 WIB bertempat di Kantor Disperindag Kota Malang)

Berdasarkan beberapa wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang memiliki peran yang tidak mendalam terkait fasilitasi permodalan. Kedua dinas tersebut hanya mengarahkan pelaku usaha jika ingin melakukan kredit untuk permodalan langsung menghubungi pihak perbankan. Kedua dinas tersebut lebih kepada pembinaan usaha dan bimbingan teknis. Sehingga untuk fasilitasi permodalan pihak yang cukup berperan adalah UPT KKMB.

Selama ini permodalan yang ada dilakukan oleh pengusaha keripik tempe di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan adalah melalui modal sendiri, modal yang dihimpun dari uang keluarga. Sedikit dari pengusaha keripik tempe yang melakukan pinjaman ke bank. Mereka beralasan bahwa untuk di bank persyaratannya cukup rumit dan perlu ada agunan. Sehingga modal yang mereka pakai adalah hasil dari keuntungan penjualan yang dijadikan sebagai modal. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sri Bawon selaku pemilik dari industri keripik tempe Rizky Barokah di Sanan dalam bertempat di rumah produksi industri keripik tempe Rizky Barokah yang mengungkapkan bahwa

“Sebagai modal awal dalam usaha kripik tempe ini saya menggunakan modal pribadi mas, saya tidak menggunakan pinjaman bank sebagai tambahan modal. Oleh karena itu disini kita sebagai pengusaha kripik tempe menggunakan sistem patungan dalam keluarga untuk membuat usaha. Kemudian, untuk modal kedepannya kita mengambil dari keuntungan penjualan keripik ini. Kita tidak menggunakan modal dari bank karena prosesnya itu sulit mas, perlu ini perlu itu, pernah dulu mau mengajukan tetapi bank juga tidak memberikan dana” (wawancara tanggal 18 Februari pukul 11:15 WIB).

Pendapat lain disampaikan oleh pengusaha keripik tempe yang lain yaitu Ibu Murni selaku pemilik dari industri keripik tempe Cak Mul, dalam wawancara tanggal 18 Februari pukul 13:32 WIB bertempat di rumah pemasaran industri keripik tempe Cak Mul yang mengungkapkan bahwa “dulu permodalan kita juga selain dari modal sendiri, kita juga dibantu Bank Mandiri, tapi setelah berjalan waktu kita sudah tidak memakai pinjaman dari bank”. Selain kedua pengusaha tersebut,

permodalan juga diungkapkan oleh Bapak Sholeh, selaku pemilik industri keripik tempe Amel, yang menyebutkan sebagai berikut:

“Kalau modal ya dari modal sendiri, *nah* itu kan ada keuntungan, dari keuntungan itu disimpan dan menjadi modal lagi, jadi saya tidak pernah pinjam ke bank. Terkadang ya *utang* bahan baku di koperasi, jika ada keuntungan itu buat bayar *utang* juga.” (Wawancara yang dilakukan pada tanggal 12 Februari pukul 11:23 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh di Sanan)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa permodalan yang dilakukan oleh pengusaha keripik tempe Sanan rata-rata berasal dari modal yang berasal dari keuangan keluarga. Modal untuk menjalankan dan mengembangkan usaha berasal dari keuntungan penjualan yang diatur sedemikian rupa hingga dapat dijadikan modal kembali. Permodalan yang dilakukan oleh pengusaha keripik tempe tidak menggunakan pinjaman dari bank.

Pengusaha yang tidak melakukan pinjaman di bank biasanya mempunyai catatan pinjaman yang tidak baik. Sehingga pengusaha tersebut tidak memperoleh kredit dari bank. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh Bapak Sunardi selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, yang menjelaskan sebagai berikut:

“Setiap pengusaha yang ingin melakukan pinjaman ke bank pasti di lihat *track record* nya di bank. Itu istilahnya *BI Checking*. Sehingga setiap orang yang mau pinjam mempunyai catatan-catatan tentang pinjaman ke bank. Terkadang pengusaha tidak mendapatkan pinjaman dari bank untuk mengembangkan usahanya karena mempunyai *BI checking* yang jelek. Sehingga pihak bank juga tidak mau mengeluarkan dana untuk memberi pinjaman. *BI checking* juga mencatat pinjaman seperti kredit motor maupun hal-hal yang lain. Sehingga pengusaha terkadang tidak memperhatikan

mengenai telat bayar terhadap kredit yang mereka punya, ini membuat catatan di BI *checking* mereka menjadi jelek.” (wawancara pada tanggal 7 maret 2014, pukul 09:21 WIB bertempat di Kantor UPT KKMB).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kendala pengusaha untuk mendapatkan pinjaman berasal dari catatan keuangan di bank yang tidak baik. Melalui BI *checking* tersebut pengusaha tidak dapat melakukan pinjaman di bank karena dikhawatirkan akan bermasalah dalam pengembalian kredit.

b. Pengembangan Produksi

Pengembangan keripik tempe Sanan dalam hal produksi terdapat peran pemerintah dalam kegiatannya. Pengembangan yang dilakukan dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang (Disperindag). Ada beberapa peran yang dilakukan Disperindag, antara lain bantuan alat produksi, fasilitasi pendaftaran merek dan logo, dan sosialisasi standar produk. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Budi Hartoyo selaku Kepala Seksi Pengembangan Makanan dan Minuman, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, bertempat di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, yang menjelaskan sebagai berikut:

“Hal yang kita lakukan dalam produksi ya bisa *kayak* bantuan mesin, seperti pemisah kulit ari, ada juga bantuan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) itu fasilitasi kita terkait pendaftaran merek, selain itu kita juga memberi sosialisasi agar para industri itu mengetahui tentang standart mutu.” (Wawancara dilakukan pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 09:33 WIB).

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh Ibu Citra, selaku Staf Seksi Pengembangan Makanan dan Minuman, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, menjelaskan sebagaimana berikut:

“Produksi itu Disperindag memberi alat pemisah kulit ari, tetapi pada akhirnya tidak dipakai oleh mereka. Pengusaha lebih suka memakai cara dan teknik lama atau di *lembang*. Selain itu kita juga fasilitasi dalam pendaftaran merek atau logo, itu namanya HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) jadi kita data lalu kita kirim ke UPTI Mamin dan Kemasan di Surabaya itu tentang kemasan, jika merek dan logo itu ke Kemenkumham Jakarta. Lalu untuk bagaimana tentang keripik tempe itu memenuhi standart kita adakan sosialisasi standarisasi keamanan pangan dan standart mutu. Untuk proses produksi mereka sebetulnya lebih mandiri, dari pemberian rasa dan bentuk inovasi itu berasal dari mereka sendiri, kita *malah* diberi tahu kalau mereka sudah melakukan inovasi itu.” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Februari 2014 pukul 12:23 WIB di Disperindag Kota Malang).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang di bidang produksi cukup membantu. Bentuk upaya pengembangan yang sudah dilakukan adalah pemberian alat produksi berupa mesin pemisah kulit ari kedelai, fasilitasi pendaftaran merek dan logo melalui HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) dan sosialisasi terkait standart mutu produk. Namun bantuan alat produksi yang sudah diberikan kepada pengusaha itu tidak terpakai, pengusaha industri keripik tempe cenderung tetap memakai cara lama yang tradisional. Inovasi yang sudah dilakukan selama ini oleh pengusaha juga inisiatif dari mereka sendiri. Inovasi yang dilakukan adalah pemberian variasi rasa dan bentuk keripik tempe yang bulat.

Proses produksi yang selama ini dilakukan oleh pengusaha keripik tempe Sanan cenderung memakai cara yang sederhana. Belum ada pemanfaatan mesin modern dalam proses produksi. Dari pemotongan, penggorengan hingga pengemasan dan pemberian rasa itu dilakukan dengan cara manual. Sedangkan bentuk pengembangan produksi yang dilakukan hanya melalui variasi rasa keripik tempe. Hal ini didukung oleh pendapat dari Bapak Sholeh, selaku pemilik industri keripik tempe Amel, yang menyebutkan sebagai berikut:

“Ya disini proses produksi bisa dilihat langsung di belakang. Dari proses pemotongan, penggorengan tempe dan pembungkusan itu ya sederhana *ga* ada alat modern, jika ada paling ya *sealer*. Apalagi yang pemotongan tempe, kalau *motong* pakai mesin bisa-bisa tempunya *ajur*. Jadi proses produksi kita manual saja agar hasilnya bagus. Kalau pengembangan ya kita *cuma* memberi inovasi rasa, itupun juga sama dengan pengusaha-pengusaha lain.” (wawancara pada tanggal 12 Februari pukul 11:20 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh)

Terkait bahan baku tempe, para pengusaha kebanyakan langsung membeli tempe dari para tetangga yang mengolah kedelai menjadi tempe. Pengusaha keripik tempe memilih untuk langsung membeli tempe dari pada membeli kedelai dan mengolah menjadi tempe dikarenakan alasan efisiensi. Namun terdapat juga pengusaha keripik tempe yang membeli tempe setengah jadi, lalu dicetak sendiri menjadi tempe. Demikian seperti yang dikemukakan oleh Bapak Sholeh, selaku pemilik industri keripik tempe Amel, mengungkapkan bahwa:

“sini itu bahan baku langsung beli tempe jadi dari tetangga, jadi *ga* bikin tempe dari awal, kalau *bikin* tempe *dewe ngko kesuwen*. Pengusaha lain juga banyak yang langsung beli tempe jadi, *sampeyan* bisa liat ke tempat-tempat yang lain”. (wawancara pada

tanggal 12 Februari pukul 11:34 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh)

Maksud dari wawancara tersebut adalah pengusaha tersebut membeli bahan baku sudah berbentuk tempe, bukan kedelai lagi. Alasan tidak membeli bahan baku kedelai karena akan memakan proses yang lama jika mengolah kedelai menjadi tempe. Pernyataan berbeda muncul dari pengusaha keripik tempe Bapak Wicaksono, selaku pemilik usaha keripik tempe Melati, beliau menyebutkan bahwa:

“Disini itu tempe kita beli setengah jadi, kita cetak dan gantung semalaman *biar* besoknya sudah jadi tempe, untuk tempe setengah jadi ya kita ambil dari keluarga yang memang rumahnya *deket* sini”. (wawancara dilakukan pada tanggal 20 Februari 2014 pukul 11:38 WIB bertempat di rumah produksi keripik tempe Melati)

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengusaha keripik tempe dalam proses produksi mendapatkan bahan baku dengan cara berbeda-beda. Ada yang langsung dalam bentuk tempe, ada juga yang tempe setengah jadi. Bahan baku tersebut diperoleh dengan membeli tempe dari para tetangga yang memang mengolah kedelai menjadi tempe, sedangkan bahan baku yang setengah jadi pengusaha membeli tempe setengah jadi dari para tetangga untuk dicetak sendiri. Namun menurut observasi peneliti, kebanyakan pengusaha keripik tempe Sanan memperoleh bahan baku sudah dalam bentuk tempe. Bahan baku yang lain seperti tepung, minyak dan bumbu para pengusaha membeli di toko sekitar.

Setelah bahan baku lengkap, proses produksi dilakukan dari pemotongan hingga pengemasan itu dilakukan dengan manual. Pemotongan dilakukan dengan menggunakan pisau besar tanpa ada alat pemotong modern. Penggorengan tempe juga dilakukan oleh ibu-ibu secara bersama. Pemberian variasi rasa juga terlihat manual dengan adanya saringan dan bumbu tabur serta pengemasan yang tanpa menggunakan mesin modern. Hal tersebut peneliti peroleh dari dokumentasi yang dilakukan, berikut adalah beberapa hasil dokumentasi:



Gambar 4. Pemotongan Tempe



Gambar 5. Penggorengan Tempe



Gambar 6. Pengemasan Keripik Tempe

Berdasarkan hasil dokumentasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses produksi dari pemotongan hingga pengemasan dikerjakan secara sederhana tanpa menggunakan mesin. Proses pemotongan tidak memakai

peralatan modern dan hanya menggunakan pisau besar yang dibuat bergerigi. Pada tahap menggoreng tempe dilakukan oleh ibu-ibu yang menggoreng secara manual, proses pembumbuan rasa original terdapat pada tahap ini. Tahap selanjutnya adalah tahap pengemasan yang juga dilakukan oleh ibu-ibu secara bersamaan. Pengemasan dilakukan dengan memasukan keripik tempe ke dalam bungkus tanpa adanya takaran berat, jadi jika kemasan sudah dirasa penuh itu sudah cukup. Pemberian variasi rasa juga terdapat pada tahap pengemasan dengan memberikan bumbu tabur.

Pada tahap produksi, terdapat sejumlah bahan baku keripik tempe yang digunakan, antara lain: kedelai (tempe), tepung, minyak, bawang, cabai dan garam. Sempat beberapa waktu lalu harga kedelai import naik namun pengusaha keripik tempe Sanan merasa tidak ada masalah terkait kedelai import yang sempat melonjak. Meskipun harga naik, para pengusaha tetap membelinya dan tidak kesulitan dalam mendapatkannya. Hal ini dikarenakan pasokan kedelai untuk Malang, khususnya Sanan tetap ada meskipun harga naik. Sebagian pengusaha keripik tempe membeli kedelai di Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) dan sebagian pengusaha membeli di luar koperasi. Dengan kenaikan ini terdapat beberapa pengusaha yang mensiasatinya dengan menaikkan nilai jual keripik tempe, ada juga yang mengurangi takaran per bungkus. Upaya tersebut dilakukan agar para pengusaha tidak terlalu merugi atas kenaikan harga kedelai import.

Kenaikan harga kedelai seperti halnya diungkapkan oleh Bapak Sholeh, pemilik industri keripik tempe Amel, menyebutkan bahwa:

“Usaha yang telah kami jalankan mengalami hambatan pada saat harga kedelai naik. Kedelai harganya naik, tapi tempe kan ya ga dari kedelai aja, banyak bahan lain jadi ga bisa langsung kita *mahalin* keripiknya. Kalau *naiknya* lama ya mau *gimana* lagi kita harus menaikkan harga juga”. (wawancara pada tanggal 12 Februari pukul 11:36 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh).

Upaya berbeda dilakukan oleh pengusaha lain, seperti yang diungkapkan oleh Bu Murni, pemilik industri keripik tempe Cak Mul, menyebutkan bahwa “kalau kedelai naik, ada yang sampai menghentikan produksi hingga 3-4 hari menunggu harga kedelai turun”. (wawancara tanggal 18 Februari pukul 13:37 WIB). Banyak upaya dilakukan oleh pengusaha untuk mensiasatinya, pendapat lain muncuk dari Ibu Bawon, pemilik industri keripik tempe Sumber Rahayu, beliau mengungkapkan bahwa “saya *cuma* mengurangi jumlah per kemasan tapi tidak mengurangi ukuran ataupun menaikkan harga, itu ya untuk mengatasi harga kedelai yang naik” (wawancara tanggal 18 Februari pukul 12:10 WIB). Pendapat lain muncul dari Bapak Yudi, selaku pemilik industri keripik tempe Hikmah, beliau menuturkan bahwa “kalau kedelai naik ya saya terpaksa menaikkan harga tapi ya ga banyak-banyak”. (wawancara pada tanggal 12 Februari pukul 12:15 WIB)

Berdasarkan beberapa wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi keripik tempe, terdapat kenaikan harga bahan baku khususnya kedelai sehingga pengusaha melakukan beberapa cara untuk mengatasinya. Upaya yang dilakukan oleh pengusaha untuk

mensiasati kenaikan harga bahan baku antara lain adalah dengan menaikkan harga jual, mengurangi jumlah keripik tempe per kemasan dan menghentikan produksi 3 sampai 4 hari. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi kerugian akibat harga kedelai import yang naik. Upaya ini juga digunakan agar usaha yang sudah dijalankan sekian tahun dapat terjaga keberlangsungannya.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan SDM merupakan bagian penting dalam pengembangan industri kecil. Melalui pengembangan SDM, pengusaha bisa mengatur dan mengelola kegiatan usahanya dengan baik. Baik itu manajemen keuangan, produksi, pemasaran dan manajemen para pegawai. Selain hal tersebut, pengembangan SDM juga penting karena melalui pengembangan ini pengusaha dapat memperoleh kemampuan dan pengetahuan dalam mengembangkan usaha. Latar belakang pendidikan yang rendah mengakibatkan pengusaha kurang memperhatikan dalam pengembangan usaha. Disinilah peran pemerintah daerah sangat penting dalam mengembangkan sumber daya manusia pelaku industri kecil.

Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian serta Dinas Koperasi dan UKM (Usaha kecil Menengah) mempunyai peran dalam mengembangkan industri kecil, termasuk didalamnya industri keripik tempe Sanan. Kegiatan yang dilakukan dinas

dalam hal ini lebih kepada pembinaan manajemen keuangan dan pengembangan SDM melalui pembinaan desain dan sosialisasi keamanan pangan.

Pengembangan manajemen keuangan dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) Kota Malang dengan bentuk pelatihan pembukuan dan memberi tahu agar manajemen keuangan dilakukan dengan profesional. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Andjar, selaku Staf Seksi pengembangan Keirausahaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Dinkop itu mempunyai Klinik UKM, melalui itu kita beri pembinaan terhadap pelaku usaha, salah satu bentuk pembinaan ya pembukuan, agar mereka bisa mencatat keuangan masuk dan keluar. Dalam pembinaan tersebut kita juga sampaikan agar keuangan keluarga dan keuangan usaha itu dipisah, jadi biar jelas dan ga campur aduk.” (wawancara pada tanggal 29 Januari 2014, pukul 10:21 WIB, bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM (Usaha kecil Menengah) Kota Malang memiliki unit kerja yaitu Klinik UKM. Dalam kegiatannya klinik UKM memfasilitasi dan konseling terkait permasalahan usaha atau industri kecil. Klinik UKM juga melakukan pembinaan terkait manajemen keuangan agar pengusaha mampu mengelola keuangan usaha dengan baik. Pengusaha juga dihibau agar memisah keuangan keluarga dan keuangan usaha. Hal ini dilakukan Dinas Koperasi dan UKM agar keuntungan pengusaha dapat

terukur, modal usaha tidak tercampur dengan dana kebutuhan sehari-hari dan arus keuangan usaha dapat terkontrol dengan baik.

Bentuk pengembangan SDM dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Malang. Dinas mengembangkan SDM pengusaha keripik tempe Sanan dengan memberikan pembinaan dan sosialisasi standart mutu. Pembinaan dalam hal kemasan dilakukan agar pengusaha mempunyai wawasan dalam mengembangkan desain kemasannya. Pembinaan kemasan diberikan karena tidak ada inovasi yang muncul dari pengusaha sendiri terkait kemasan. Sosialisasi standart mutu juga dilakukan dalam pengembangan SDM agar para pelaku usaha yang mayoritas pendidikan sampai Sekolah Menengah Pertama (SMP) mengetahui tentang kelayakan dan keamanan pangan. Pengusaha tidak bisa asal memproduksi keripik tempe tanpa mengetahui standart mutu yang ada. Pernyataan tersebut seperti yang diungkapkan oleh Bapak Budi Hartoyo, selaku kepala seksi makanan dan minuman Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, beliau menyebutkan sebagai berikut:

“Untuk pengembangan SDM, mereka itu kan rata-rata pendidikan SMP sampai SMA dengan demikian perlu kita sampaikan mengenai standart mutu dan juga melakukan pembinaan desain kemasan. Biar mereka itu tahu cara memproduksi makanan yang aman itu begini, biar konsumen juga ga ada yang komplain tentang mutu keripik tempe. Selain itu pembinaan desain kemasan dilakukan karena mereka itu kurang ada greget untuk memberikan inovasi di kemasan, kalau kemasan bagus kan pembeli senang, nah kita beri wawasan agar mereka tahu gini lho desain kemasan yang bagus.” (wawancara pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 09:47 WIB bertempat di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Malang melakukan pengembangan SDM dalam bentuk sosialisasi standart mutu makanan dan pembinaan desain kemasan. Hal tersebut diperlukan karena latar belakang pendidikan pengusaha keripik tempe Sanan rata-rata SMP. Sehingga perlu untuk memberikan pengetahuan tentang memproduksi keripik tempe yang terjamin mutunya dan desain kemasan yang bagus. Dengan begitu pengusaha dapat memproduksi makanan yang terjamin dan mempunyai desain kemasan yang menarik.

d. Fasilitas Pemasaran

Pemasaran menjadi ujung tombak dalam kegiatan usaha. Dalam pemasaran, pengusaha akan memperoleh keuntungan untuk melanjutkan usahanya maka diperlukan upaya pemasaran yang tepat. Upaya pemasaran yang tepat pada akhirnya akan menentukan keuntungan yang diperoleh dari pengusaha. Kegiatan fasilitasi seperti pameran produk yang dilakukan pemerintah daerah dapat membantu pengusaha memasarkan produknya sekaligus mengenalkan keripik tempe Sanan sebagai salah satu oleh-oleh khas Kota Malang. Sehingga dengan pemasaran yang tepat produk dapat menjangkau hingga ke berbagai tempat. Dalam hal ini, sentra industri keripik tempe Sanan perlu ditingkatkan pemasarannya agar keberlangsungan usaha tetap terjaga.

Peran Pemerintah Kota Malang dalam mengembangkan akses atau fasilitasi pemasaran keripik tempe Sanan dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UKM. Bentuk-bentuk kegiatan fasilitasi pameran yang dilakukan antara lain pameran, pelatihan dan pembuatan web, menyelenggarakan forum dagang antar provinsi dan atau pulau, pembuatan katalog dan fasilitasi kemitraan dengan pihak ketiga. Kegiatan tersebut diungkapkan oleh Bapak Rudi selaku Kepala Seksi Promosi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Bentuk pengembangan yang sudah dilakukan Disperindag adalah melalui pameran, pembuatan dan pelatihan website, misi dagang dengan toko modern, forum dagang antar pulau dan pembuatan katalog itu semua sudah kita lakukan untuk membantu memasarkan produk industri kecil yang kita miliki, termasuk didalamnya juga ada keripik tempe Sanan.” (wawancara pada 21 Februari 2014 pukul 09:50 WIB bertempat di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang).

Kegiatan pameran yang telah dilaksanakanpun selain di dalam Kota Malang juga dilakukan diluar daerah seperti Jakarta, Surabaya, Palembang, Batam, Solo, Makasar dan Bali. Dalam pameran yang diadakan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) membawa serta produk-produk industri kecil ataupun produk unggulan Kota Malang. Sehingga tidak hanya keripik tempe Sanan yang dibawa tetapi juga terdapat batik, topeng, dan makanan ataupun kerajinan lainnya terkadang untuk pameran tertentu tidak membawa keripik tempe Sanan. Pernyataan tersebut seperti yang diungkapkan Bapak Rudi selaku Kepala

Seksi Promosi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Untuk pameran itu diselenggarakan selain di Malang juga dilakukan diluar daerah. Pernah kita pameran di Jakarta, Surabaya, Palembang, Batam, Solo, Makasar dan Bali. Pameran-pameran seperti itu biasanya kita diundang oleh daerah penyelenggara. Dalam pameran selalu kita bawa keripik tempe Sanan, tetapi dalam pameran Inna Craft ya ga kita bawa keripik tempenya karena itu pameran kerajinan. Untuk setiap pameran yang diselenggarakan pengusaha keripik tempe yang kita ajak itu *cuma* satu kalau dua *kan* nanti *malah* saingan harga *pas* pameran. Jadi kita mengajaknya bergantian *biar* semua pernah merasakannya, namun diprioritaskan yang memiliki komitmen mengikuti pameran.” (wawancara pada 21 Februari 2014 pukul 09:56 WIB bertempat di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang).

Kedua wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan fasilitasi pemasaran industri keripik tempe Sanan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang memang cukup membantu para pengusaha dalam memasarkan keripiknya. Bentuk kegiatan fasilitasi pemasaran antara lain pameran, forum dagang antar pulau, pelatihan dan pembuatan website, pembuatan katalog atau pamflet. Kegiatan pameran juga telah dilakukan selain di Kota Malang juga dilakukan di Surabaya, Jakarta, Palembang, Batam, Solo, Makasar dan Bali. Dalam setiap kegiatan pameran umumnya Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Malang membawa satu pengusaha keripik tempe beserta produknya, namun jika pengusaha tersebut berhalangan maka hanya produknya yang dibawa. Untuk pameran tertentu, seperti pameran kerajinan dinas memang tidak membawa keripik tempe Sanan karena tidak relevan dengan acara pameran. Sementara menurut observasi

peneliti pembuatan katalog atau pamflet diperuntukan agar dibagikan kepada pengunjung pameran. Katalog atau pamflet tersebut berisi industri kecil dan kreatif yang ada di Kota Malang. Sedangkan misi dagang antar pulau itu lebih kepada hubungan dagang antar daerah. Ada daerah yang meyelenggarakan pameran dengan mengundang daerah lain untuk memperkenalkan produk daerahnya, dalam hal ini Pemerintah Kota Malang melalui dinasnya turut menyertakan keripik tempe Sanan dalam forum dagang.

Fasilitasi pemasaran yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) Kota Malang juga hampir serupa dengan yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Bentuk kegiatan fasilitasi pemasaran yang dilakukan antara lain pameran dan fasilitasi kemitraan dengan toko modern, hotel dan travel. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Bapak Bagus selaku Kepala Seksi Pengembangan Kewirausahaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, menuturkan bahwa:

“Dinkop untuk sekarang ini yang difokuskan untuk pengembangan UKM yaitu melalui pameran. Pemasaran kan banyak cara, kebanyakan mereka kan *cuma* metitipkan di pertokoan depan itu, cara menjual yang lain dengan lewat online, *ngirim* keluar daerah kan *macem-macem*, kalau dinas itu membantu pemasaran lewat pameran. Jadi kalau ada even pameran itu mereka kita ajak, gantian sistemnya.” (wawancara pada tanggal 07 Maret 2014 pukul 08:41 WIB, bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang)

Hal lebih lanjut mengenai pameran ditambahkan oleh Bapak Winarto selaku Kepala Seksi Pengembangan Informasi Bisnis Dinas

Koperasi dan UKM Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Pameran dalam berbagai lingkup pernah kita ikuti, baik lokal, regional, nasional bahkan internasional. Lokal dan regional ya kita adakan di Malang dan sekitarnya, untuk nasional kita pernah mengikuti di Batam, Palangkaraya, Lombok, Pontianak. Sedangkan ke luar negeri itu ke negara Jepang dan Belgia. Setiap ada pameran selalu kita bawa produk UKM termasuk didalamnya keripik tempe Sanan. Kita juga mengenalkan produk ke daerah yang menyelenggarakan perjalanan dinas ke Kota Malang, daerah tersebut antara lain Majalengka, Semarang, Mojokerto, Pasuruan, Situbondo, Ngawi, Blitar, Madiun dan Bojonegoro. Melalui kunjungan mereka kita ya turut kenalkan produk UKM yang kita punya. Memang produk UKM setelah kami sertakan dalam pameran akhirnya banyak dikenal masyarakat dan menyebar keluar daerah. Jadi kita turut membantu mengenalkan dan memasarkan produk. Jadi salah satu suksesnya usaha itu ya melalui pameran.” (wawancara pada 07 Maret 2014 pukul 10:03 WIB, bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang).

Berdasarkan berbagai pemaparan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pameran memegang peranan cukup penting dalam mengembangkan usaha. Hal yang dikehendaki dalam pameran adalah kegiatan penjualan setelah diadakan pameran. Pameran akan membuat para pengusaha memiliki jaringan pemasaran keluar daerah, dengan demikian setelah adanya pameran mereka dapat melakukan transaksi jual beli dengan mitra dagang tersebut. Pengusaha keripik tempe Sanan yang diajak dalam pameran sistemnya gantian, hal ini dilakukan agar semua pengusaha pernah merasakan pameran dan mampu memasarkan produknya ke luar daerah. Hasil dari pameran adalah masyarakat luas menjadi mengenal produk UKM Kota Malang khususnya keripik tempe

Sanan, sehingga pengusaha akan mendapat keuntungan dari kegiatan pameran.

Bentuk fasilitasi pemasaran yang lain yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang ialah memfasilitasi hubungan kerjasama atau kemitraan dengan pihak hotel, toko modern dan travel. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pengusaha yang ingin menyalurkan produknya ke pihak ketiga. Dengan hubungan kemitraan ini, selain pengusaha yang diuntungkan, pihak ketiga tersebut juga diuntungkan. Kemitraan dengan perhotelan seperti membangun pojok UKM di hotel yang memamerkan aneka produk UKM Kota Malang termasuk keripik tempe Sanan. Hubungan kerjasama juga dilakukan dengan pihak toko modern, dinas disini berperan dalam mempertemukan pengusaha dan pemilik toko modern untuk kegiatan transaksi diserahkan kepada kedua belah pihak tersebut. Sedangkan hubungan dengan jasa travel dapat berbentuk travel mengantarkan penumpangnya ke pusat oleh-oleh keripik tempe Kota Malang.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan Ibu Wardasari Amalia selaku Kepala Seksi Pengembangan Kejasama Usaha Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, mengungkapkan:

“Hubungan kerjasama yang kita bantu itu dengan pihak hotel, toko modern dan travel. Dengan pihak hotel agar memudahkan tamu yang menginap dalam mencari oleh-oleh Kota Malang. Jadi di hotel tersebut ada Pojok UKM yang memamerkan dan memasarkan aneka produk UKM termasuk ada keripik tempe. Hotel yang bekerja sama dengan pengusaha keripik tempe Sanan untuk saat ini baru Hotel Pelangi, tapi kedepannya akan dikembangkan ke berbagai hotel di Kota Malang. Kalau dengan toko modern, pernah

kita pertemukan pengusaha dengan Alfamart, Carefour, Giant dan satu lagi Gudang Oleh-oleh. Kita fasilitasi mereka, untuk kegiatan teknis selanjutnya kita serahkan kepada mereka, kita hanya mengarahkan. Tapi terkadang hubungan kerjasama dengan toko modern tidak dilanjutkan karena pengusaha keripik tempe tidak mampu memenuhi jumlah pesanan yang harus di *drop* ke toko tersebut. Begitu juga dengan travel, Dinkop mempertemukan pengusaha keripik tempe Sanan dengan perusahaan travel, untuk teknis ya terserah mereka. Kegiatan seperti itu kita lakukan untuk mengenalkan produk UKM kepada masyarakat luar. Jadi penumpang travel tersebut dapat di ajak berkunjung ke Sanan.” (wawancara pada 07 Maret 2014 pukul 09:44 WIB bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang).

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan fasilitasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM adalah dengan menjadi pihak penghubung antara pengusaha industri keripik tempe Sanan dengan perhotelan, toko modern dan biro travel. Kerjasama yang dilakukan pengusaha dengan pihak-pihak tersebut pada akhirnya akan membantu pemasaran keripik tempe mereka. Meskipun untuk kerjasama dengan perhotelan di Kota Malang baru satu hotel, tapi kedepan akan dikembangkan dengan berbagai hotel dengan Pojok UKM. Sedangkan kerjasama dengan toko modern terkendala oleh pengusaha yang tidak sanggup mengirimkan keripik dengan jumlah sesuai permintaan toko modern.

Untuk pemasaran yang selama ini dilakukan oleh pengusaha keripik tempe Sanan rata-rata dengan memasarkan ke pertokoan di sepanjang jalan raya sekitar Sanan, membuka gerai dirumah dan beberapa langsung memasarkan keluar daerah. Sebagian dari mereka, pengusaha keripik tempe memproduksi lalu bekerjasama dengan

pertokoan Sanan untuk memasarkan keripik tempenya. Ada pula yang menjual dengan mengirimkan keluar daerah seperti Kediri, Tulungagung, Batu, Jakarta, Surabaya, Blitar, dan Bali. Hal ini diungkapkan oleh beberapa pengusaha, antara lain Bapak Sholeh, selaku pemilik industri keripik tempe Amel, mengungkapkan bahwa:

“pemasaran rata-rata ya ke pertokoan depan situ, kayak Rohani, Lancar Jaya, Swari, tapi sini lebih banyak *ngirim* ke Rohani. Selain kesana kami juga memasarkan ke Turen dan Surabaya.” (Wawancara yang dilakukan pada tanggal 12 Februari pukul 11:27 WIB bertempat di rumah produksi keripik tempe Amel).

Lebih lanjut dikemukakan oleh Ibu Sri Bawon selaku pemilik dari industri keripik tempe Rizky Barokah di Sanan dalam wawancara tanggal 18 Februari pukul 12:06 WIB bertempat di rumah produksi industri keripik tempe Rizky Barokah yang mengungkapkan bahwa “selama ini pemasaran selain digera ini juga memasarkan ke Bali, Jember, Pasuruan, Surabaya ada juga ke Kalimantan. Dulu ya *nyetok* ke toko depan tapi sekarang tidak, ya karena persaingan bisnis.”

Pendapat lain muncul dari Bapak Yudi, pemilik industri keripik tempe Hikmah. Beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Pemasaran kita langsung keluar daerah, ga ada yang ke toko depan. Saya tidak menjual ke pertokoan depan karena *dah* banyak saingan kalau disana. Untuk tempat penjualan di rumah ya bisa dilihat sendiri, ga ada tempat penjualan, tapi kalau yang datang kesini ya kita layani. Pemasaran keluar daerah biasanya ke Batu, Surabaya dan Blitar.” (wawancara tanggal 12 Februari pukul 12:17 WIB bertempat di rumah produksi industri keripik tempe Hikmah).

Pendapat lebih lanjut muncul dari Bapak Wicaksono, pemilik industri keripik tempe Melati. Beliau mengungkapkan bahwa:

“Pemasaran kita itu sehari habis, setiap hari kita buat baru. Jadi nanti siang-sore ini diantar atau dijemput oleh para pembeli. Pemasaran kita ya langsung kita kirim ke Batu, Kediri, Jakarta, dan Tulungagung.” (Wawancara tanggal 20 Februari pukul 11:19 WIB bertempat di gerai penjualan keripik tempe Melati)

Dari sejumlah pemaparan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pengusaha keripik tempe Sanan selama ini melakukan pemasaran dengan membuka gerai di rumahnya dan menjual keluar Kota Malang. Pemasaran keluar Kota Malang ditujukan agar menghindari persaingan keripik tempe yang semakin ketat. Pemasaran keluar Kota Malang antara lain ke Batu, Kediri, Jakarta, Tulungagung, Surabaya, Blitar, Bali, Jember, Pasuruan bahkan ada yang sampai Kalimantan. Penjualan keluar daerah digunakan untuk membidik pangsa pasar di daerah lain. Kegiatan pemasaran antar daerah ini dilakukan pengusaha secara mandiri tanpa melibatkan dinas karena ini sudah termasuk kegiatan bisnis.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung dari Upaya Pengembangan Industri Keripik Tempe Sanan

a. Faktor Penghambat

1) Jumlah Sumber Daya Aparatur

Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan dalam pelaksanaannya mengalami beberapa hambatan. Hambatan yang dialami dinas salah satunya diungkapkan oleh Bapak Budi Hartoyo selaku Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan dan Minuman,

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, yang mengungkapkan bahwa:

“Hambatan yang Disperindag alami terkait tenaga kerja yang kurang. Disini orangnya sedikit tapi mengatasi industri kecil makanan dan minuman se Kota Malang. Makanan dan minuman yang kita kembangkan kan ya tidak cuma Sanan mas, ada juga sentra industri keripik jagung, itu juga kita bina. Sehingga kalau aparatur kita ditambah akan lebih baik.” (wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 10:11 WIB bertempat di Kantor Disperindag Kota Malang).

Pernyataan serupa diungkapkan oleh Ibu Andjar, selaku Staf Seksi

pengembangan Kewirausahaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang,

beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Menurut saya hambatan yang Dinkop alami dalam pengembangan keripik tempe Sanan adalah pada jumlah pegawai sini mas. Pegawai kita yang per seksi rata-rata hanya 3 orang, kalau harus membina UKM tempe se Malang ya tenaga kita terbatas. Itu baru Sanan, belum pada industri yang lain, sehingga tiap program kegiatan itu satu per satu kita selesaikan.” (wawancara pada tanggal 29 Januari 2014, pukul 10:40 WIB, bertempat di Kantor Dinkop dan UKM Kota Malang)

Dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dialami kedua dinas tersebut adalah mengenai keterbatasan jumlah sumber daya aparatur (pegawai). Jumlah pegawai yang sedikit ini dinilai tidak dapat mengcover seluruh kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan. Kegiatan pengembangan menjadi terbatas, karena pegawai dinas juga tidak hanya fokus pada pengembangan keripik tempe Sanan melainkan pengembangan industri lain di Kota Malang. Diharapkan terdapat penambahan aparatur fungsional yang dapat memberikan pembinaan kepada industri kecil sehingga upaya pengembangan akan berjalan optimal.

2) Waktu Pembinaan

Ibu Andjar, selaku Staf Seksi pengembangan Kewirausahaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Hambatan lain juga kita alami waktu mengundang pengusaha untuk mengikuti pembinaan yang kita lakukan. Beberapa dari mereka lebih memilih produksi di rumah daripada mengikuti pembinaan. Yang mereka pikirkan adalah dengan meninggalkan kegiatan produksi di rumah untuk mengikuti pembinaan mereka akan merugi. Padahal di dalam pembinaan itu mereka akan memperoleh ilmu untuk mengembangkan usahanya” (wawancara pada tanggal 29 Januari 2014, pukul 10:40 WIB, bertempat di Kantor Dinkop dan UKM Kota Malang)

Minat dan pemahaman akan pembinaan pada masing-masing pengusaha ternyata berbeda. Sikap pengusaha dalam hal ini bisa menjadi penghambat dikarenakan keengganan mereka dalam mengikuti kegiatan pembinaan yang dilakukan dinas. Sebagian pengusaha memilih tidak mengikuti pembinaan karena cenderung lebih memilih untuk melakukan kegiatan produksi keripik tempenya daripada harus mengikuti pembinaan. Peneliti menemukan keengganan pengusaha ini didasarkan pemilihan waktu pembinaan yang tidak tepat terhadap waktu produksi yang dilakukan pengusaha. Pembinaan lebih baik dilakukan malam hari untuk meningkatkan partisipasi pengusaha dalam pembinaan. Kurangnya kesadaran dan pemahaman pengusaha akan pentingnya mengikuti pembinaan merupakan salah satu penghambat pengembangan industri keripik tempe Sanan.

3) Infrastruktur Parkir

Infrastruktur tidak bisa dipungkiri menjadi faktor yang bisa menghambat dan mendukung upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan. Infrastruktur yang menjadi faktor penghambat dalam hal ini adalah keterbatasan lahan parkir yang ada di sentra industri keripik tempe Sanan. Keterbatasan lahan parkir ini dikemukakan oleh Bapak Sunardi selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang, menjelaskan bahwa:

“Kalau kita lihat sentra Sanan itu menurut saya hambatan berasal dari infrastruktur. Infrastruktur lahan parkir disana itu sangat minim. Coba liat, kalau ada bis besar datang, *kan* sudah tidak cukup itu lahan parkirnya. Ini hambatan yang seringkali tak dipikirkan oleh beberapa instansi maupun pengusaha. Lahan parkir jika diperluas maka bis maupun mobil dari luar daerah dapat parkir dengan nyaman dan banyak orang membeli keripik tempe sebagai oleh-oleh dari Malang” (wawancara pada tanggal 7 Maret 2014 pukul 10.11 WIB bertempat di UPT KKMB)

Keberadaan lahan parkir memang menjadi faktor yang dapat menunjang hasil penjualan produk. Namun lahan parkir yang terdapat di pertokoan sentra industri keripik tempe Sanan sangatlah kecil. Hal ini yang membuat mobil dan bis dari luar daerah enggan untuk berhenti dan membeli oleh-oleh. Faktor lahan parkir yang minim inilah yang dapat menghambat upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan.

4) Bahan Baku Kedelai Import

Pengembangan industri keripik tempe Sanan terdapat banyak kegiatan yang dilakukan, namun dalam perkembangannya terdapat

hambatan yang dialami. Hambatan yang dikeluhkan oleh pengusaha keripik tempe adalah harga bahan baku kedelai import. Jika proses distribusi terhambat, maka pengusaha keripik tempe akan kesulitan memperoleh bahan baku. Nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing juga berperan, karena bahan baku kedelai adalah kedelai import maka harga kedelai import cukup mahal. Pengusaha tetap menggunakan kedelai import dari Amerika karena dianggap yang paling cocok untuk diolah menjadi keripik tempe.

Pernyataan ini diungkapkan oleh Ibu Sri Bawon selaku pemilik dari industri keripik tempe Rizky Barokah, yang mengungkapkan bahwa:

“Selama saya menjalankan usaha ini ada beberapa masalah yang menghambat usaha saya mas. Disini terkendala harga bahan baku, itu kan pakai kedelai import. Ya mau *gimana* lagi, yang enak kalau untuk keripik tempe itu pakai kedelai import jadi meskipun harga naik ya kita tetep beli.” (wawancara tanggal 18 Februari pukul 11:43 WIB bertempat di rumah produksi industri keripik tempe Rizky Barokah)

Pendapat serupa disampaikan oleh Bapak Sholeh selaku pemilik industri keripik tempe Amel, di Sanan yang menyebutkan bahwa

“Kedelai yang kita olah itu kan dari Amerika, sehingga pada waktu mahal itu menjadi hambatan kita. Tapi ya tetap kita beli, soalnya mau bagaimana lagi, keripik tempe Sanan harus pakai kedelai import *biar* rasanya enak. Cara mengatasi harga kedelai naik ya harga keripik tempennya saja nanti juga kita naikan.” (wawancara yang dilakukan pada tanggal 12 Februari pukul 11:28 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh)

Beberapa pernyataan dari pengusaha dapat disimpulkan bahwa kedelai import menjadi salah satu hambatan yang mereka hadapi. Dalam pengembangan sentra industri keripik tempe Sanan, bahan baku kedelai

yang dipakai adalah kedelai import dari Amerika. Sehingga bila terjadi masalah dalam proses distribusi maupun harga yang tidak stabil maka pengusaha akan kesulitan dalam proses produksi dan akan menurunkan produktivitas usahanya. Faktor penghambat ini jika tidak diatasi secara terintegrasi maka akan membuat pengusaha keripik tempe gulung tikar.

b. Faktor Pendukung

1) Sikap Kooperatif Pengusaha

Beberapa pernyataan yang mengungkapkan faktor pendukung muncul dari Ibu Citra selaku Staf Seksi Pengembangan Industri Makanan dan Minuman, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, mengungkapkan sebagaimana berikut:

“Menurut saya pendukung yang penting dalam kegiatan yang kita lakukan adalah sikap masyarakat yang kooperatif dan mau bekerja sama. Soalnya di daerah lain ada yang masyarakat tidak kooperatif dengan dinas jadinya kegiatan pengembangan menjadi kurang efektif. Tapi untuk pengusaha keripik tempe Sanan mayoritas kooperatif dengan kita.” (wawancara dilakukan pada tanggal 6 Februari 2014 pukul 12:23 WIB di Disperindag Kota Malang).

Sikap pengusaha memang bisa menjadi faktor penghambat maupun faktor pendukung. Dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan, sikap pengusaha juga dapat mendukung. Hal tersebut diwujudkan dalam sikap mereka yang kooperatif dalam mengikuti setiap pembinaan dan sosialisasi yang diadakan oleh dinas. Pendukung seperti ini akan membuat upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan berjalan dengan efektif.

2) Akses Menuju Sentra Industri

Faktor pendukung yang lain berasal dari aksesibilitas untuk mencapai sentra industri keripik tempe Sanan. Demikian sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Budi Hartoyo selaku Kepala Seksi Pengembangan Industri Makanan dan Minuman Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, menjelaskan bahwa:

“Yang mendukung kegiatan pengembangan kami ya sarana dan prasarana jalan yang bagus menuju Sanan. Akses menuju sentra keripik Sanan kan mudah, jalannya juga bagus, sehingga dinas kalau memberikan pembinaan jadi mudah untuk kesana. Industri tersebut dengan mudah diakses melalui angkot ataupun kendaraan pribadi, soalnya tinggal lurus saja dari terminal Malang.” (wawancara dilakukan pada tanggal 10 Februari 2014 pukul 10:01 WIB di Disperindag Kota Malang).

Akses jalan yang bagus merupakan salah satu faktor pendukung kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan. Melalui akses jalan yang bagus, wisatawan dapat dengan mudah menuju sentra industri keripik tempe untuk membeli oleh-oleh khas Kota Malang. Dinas juga dapat dengan mudah mencapai industri keripik tempe Sanan untuk memberikan pembinaan karena akses jalan tersebut.

3) Daerah Tujuan Pariwisata

Kota Malang menjadi daerah tujuan pariwisata di saat libur panjang atau akhir pekan. Hal tersebut merupakan faktor pendukung dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan. Pernyataan pendukung bersumber dari Bapak Rudi selaku Kepala Seksi Promosi Dinas

Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Malang ini kan juga kota wisata, sehingga banyak wisatawan datang kesini untuk berlibur. Ketika waktu berlibur telah usai umumnya dari para wisatawan itu akan membeli oleh-oleh untuk dibawa pulang. Salah satu oleh-oleh khas Kota Malang adalah keripik tempe. Sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke Sanan sebagai tujuan untuk membeli oleh-oleh.” (wawancara pada 21 Februari 2014 pukul 09:50 WIB bertempat di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang).

Daerah yang menjadi tujuan wisata sangatlah mendukung dalam mengembangkan produk industri kecil. Hal tersebut dikarenakan dengan semakin banyak dikunjungi wisatawan, maka produk industri kecil seperti keripik tempe Sanan akan semakin dikenal. Kota Malang yang menjadi daerah tujuan wisata tentu saja akan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha. Selain produk keripik tempe menjadi oleh-oleh khas Kota Malang, melalui pariwisata ini pengusaha akan memperoleh keuntungan yang lebih.

4) Terbentuk Sentra Industri

Terbentuknya sentra industri juga akan memudahkan dalam proses pengembangan. Industri yang sudah menjadi sentra maka pembinaan kepada pelaku-pelaku usaha akan terpusat dan efisien dalam pembinaannya. Seperti pernyataan diungkapkan Ibu Wardasari Amalia selaku Kepala Seksi Pengembangan Kejasama Usaha Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang, mengungkapkan bahwa:

“Usaha keripik tempe itu sudah terbentuk menjadi sentra, jadi mudah untuk melakukan pembinaan. Letak UKM yang sudah terkumpul itu memudahkan kita dalam memberi pembinaan, karena tempatnya tidak terpisah-pisah. Dinas kalau *mau* memberikan pembinaan, sosialisasi ataupun kegiatan pengembangan lainnya cukup datang ke sentra keripik tempe Sanan, karena semua pengusaha sudah berada di wilayah tersebut.” (wawancara pada 07 Maret 2014 pukul 09:58 WIB bertempat di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang).

Bentuk industri keripik tempe Sanan yang sudah menjadi sentra industri itu merupakan daya dukung dalam pengembangan industri. Mampu mendukung karena para pengusaha dalam melakukan kegiatan usaha sudah terpusat di suatu kawasan. Kawasan inilah yang akan dengan mudah dikembangkan oleh dinas maupun instansi terkait, karena dinas tidak perlu melakukan kunjungan ke industri keripik tempe yang berjauhan.

5) Terdapat Instansi Pendukung

Instansi berupa dinas maupun perguruan tinggi turut berperan dalam mengembangkan keripik tempe Sanan. Lebih lanjut mengenai pendukung pengembangan sentra keripik tempe Sanan diungkapkan oleh Bapak Sunardi, selaku Ketua UPT KKMB wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia cabang Malang, dalam yang mengungkapkan sebagai berikut:

“Di Kota Malang itu kan banyak perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Nah KKMB kan anggotanya banyak berasal dari perguruan tinggi yang menandatangani MoU dengan Kota Malang, dengan itu kita bisa mengarahkan Tri Dharma perguruan tinggi salah satunya untuk membina industri kecil. Perguruan tinggi tersebut dapat memberikan penyuluhan melalui KKN yang

dilakukan, jika itu dilaksanakan dengan baik, saya yakin industri kecil akan berkembang, termasuk industri Sanan.” (wawancara pada tanggal 7 Maret 2014 pukul 09.50 WIB bertempat di UPT KKMB)

Pendukung yang berasal dari dinas juga sangat dirasakan oleh pengusaha keripik tempe Sanan. Salah satu diantaranya diungkapkan oleh Ibu Sri Bawon, pemilik industri keripik tempe Rizky Barokah. Beliau menjelaskan bahwa:

“Kalau pendukung yang saya rasakan itu ada dinas yang membantu saya mas. Jadi saya sering di ajak pameran, pembinaan, pelatihan desain kemasan. Dengan berbagai kegiatan yang diadakan tersebut, saya menjadi lebih paham cara mengembangkan usaha keripik tempe selain itu juga bisa mendapat jaringan kerjasama penjualan, itu ya didapatnya waktu pameran, ketemu buyer dari berbagai daerah.” (Wawancara tanggal 18 Februari pukul 11:32 WIB bertempat di rumah produksi keripik tempe Rizky Barokah)

Lebih lanjut mengenai peran dinas yang mendukung kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan dikemukakan oleh Bapak Sholeh, selaku pemilik industri keripik tempe Amel. Mengungkapkan bahwa:

“Dengan adanya dinas kami merasa terbantu karena kami mendapat pembinaan dan pameran. Pembinaan dan pameran ini akan membuat usaha keripik tempe saya menjadi lebih berkembang. Banyak hal yang telah dilakukan dinas, tetapi kami ya tidak bisa hanya menggantungkan dinas dalam mengembangkan usaha mas.” (Wawancara yang dilakukan pada tanggal 12 Februari pukul 11:23 WIB bertempat di rumah Bapak Sholeh di Sanan)

Dari berbagai pernyataan atas hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung pengembangan industri keripik tempe Sanan tak terlepas dari peran serta institusi lain. Melalui institusi baik itu dinas, perguruan tinggi maupun unit pelayanan teknis yang

berkaitan dengan pengembangan industri kecil dapat memberi dampak positif bagi industri keripik tempe Sanan. Institusi tersebut jika dalam kegiatan pengembangan terdapat koordinasi yang baik maka upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan akan berjalan efektif dan optimal.



C. Pembahasan

1. Upaya Pengembangan Keripik Tempe Sanan

a. Fasilitasi Permodalan

Fasilitasi permodalan dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan lebih banyak dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB) wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia Malang. UPT KKMB memfasilitasi dalam bentuk konsultasi dan sosialisasi kepada industri kecil agar mereka bisa memperoleh bantuan dari bank pelaksana program pemerintah. Untuk memperoleh bantuan modal, industri kecil diarahkan kepada program kredit Pos Daya dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Sedangkan sosialisasi dilakukan oleh UPT KKMB beserta pemerintah daerah melalui dinas terkait dan perbankan memberikan sosialisasi kepada pelaku industri kecil. Sosialisasi dilakukan agar pelaku industri kecil dapat mengerti tata cara dan persyaratan melakukan pinjaman modal ke bank untuk mengembangkan usaha.

Permodalan selain difasilitasi oleh pemerintah, pelaku industri kecil juga telah melakukan kegiatan permodalan secara mandiri. Permodalan industri keripik tempe Sanan mayoritas berasal dari keuangan keluarga selanjutnya modal dari keuntungan usaha. Modal dari pelaku usaha selain merujuk kepada sejumlah dana, juga kepada keahlian mereka memproduksi dan memasarkan keripik tempe. Modal yang juga aset untuk memproduksi keripik tempe adalah peralatan dapur seperti pisau,

kompas, *sealer*, penggorengan dan peralatan menggoreng lainnya. Permodalan yang dilakukan oleh pengusaha keripik tempe Sanan umumnya tidak menggunakan pinjaman dari bank. Pengusaha keripik tempe beralasan bahwa melakukan pinjaman di bank persyaratannya banyak dan berbelit, selain itu terdapat beberapa pengusaha yang mempunyai *track record* atau *BI checking* di bank yang jelek sehingga tidak bisa melakukan pinjaman.

Sementara Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang tidak melakukan fasilitasi permodalan. Peran kedua dinas tersebut dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan lebih kepada pembinaan, sosialisasi dan pelaksana pameran. Jika terdapat pengusaha keripik tempe yang meminta bantuan fasilitasi permodalan, kedua dinas tersebut mengarahkan pengusaha tersebut untuk langsung berhubungan dengan bank.

Permodalan memang menjadi aspek yang penting dalam industri keripik tempe Sanan. Lebih lanjut Stuart Mill yang dikutip oleh Komarudin (1976:47) menggunakan istilah “modal” dalam pengertian barang fisik dan sejumlah dana. Permodalan yang difasilitasi oleh UPT KKMB adalah konsultasi dan sosialisasi agar pelaku industri kecil mengetahui, paham dan mengerti tata cara melakukan pinjaman di bank. Melalui konsultasi dan sosialisasi, pelaku usaha diberikan pengertian terkait pinjaman dana melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan Pos Daya. Kedua program pinjaman dari bank ini sama-sama ditujukan

untuk mengembangkan industri kecil tetapi dana berasal dari sumber yang berbeda. Pos Daya dananya berasal dari Yayasan Damandiri di Jakarta, sementara KUR dana berasal dari bank penyalur tersebut.

Kredit Pos Daya untuk memperolehnya haruslah berkelompok, minimal 5 orang atau menggunakan sistem Tanggung Renteng. Kredit Pos Daya yang disalurkan tiap kelompok hanya sebesar Rp. 2.000.000. Berdasarkan nominal tersebut dan ditanggung 5 orang maka beban pengembalian kredit akan menjadi ringan dengan pembayaran dilakukan oleh ketua kelompok. Kelompok yang terdiri dari 5 orang tersebut tidak harus mempunyai latar belakang usaha yang sama, namun lebih berdasarkan 1 lingkungan yang sama. Kredit Pos Daya mempunyai Lembaga Penjaminan Kredit bernama Jamkrida (Jaminan Kredit Daerah) Sementara KUR bisa diajukan oleh perseorangan dengan *range* pinjaman antara 1-50 juta dan 500 juta – 1 milyar. Lembaga Penjamin Kredit yang dimiliki oleh KUR adalah Askrido (Asuransi Kredit Indonesia). Kedua program kredit tersebut tanpa memerlukan agunan. Sehingga pinjaman kredit ini dapat digunakan pengusaha untuk mengembangkan industri keripik tempaya.

Permodalan dalam mengembangkan industri kecil mempunyai beberapa kendala yang dihadapi, namun umumnya kendala permodalan yang berbentuk dana atau finansial. Menurut Kuncoro (2004:193) permasalahan modal usaha dalam mengembangkan pasar merupakan masalah yang dihadapi usaha mikro dan kecil.

Masalah permodalan yang ada di industri keripik tempe Sanan adalah pengusaha banyak yang mengeluhkan dana yang terbatas tetapi mereka juga enggan melakukan pinjaman di bank. Adanya ketentuan pinjaman yang tidak dapat dipenuhi sehingga membuat pengusaha enggan melakukan pinjaman, ketentuan ini biasanya terkait legalitas usaha yang terbatas. Akan tetapi dalam hal ini terdapat UPT KKMB yang memberikan konsultasi dan sosialisasi agar pelaku usaha dapat memenuhi ketentuan pinjaman yang dikeluarkan oleh bank. Pengusaha keripik tempe dalam permodalan dalam membuat laporan keuangan hanya pada perkiraan kasar pemilik, hal ini akan menyulitkan keuntungan dan dana untuk modal. Permodalan yang masih bercampur dengan keuangan keluarga atau lain-lain membuat pengembangan industri keripik tempe Sanan menjadi berjalan tidak efektif.

Pengembangan industri kecil dalam hal ini digunakan untuk mengatasi masalah yang ada dan mengembangkan industri kecil dalam aspek permodalan. Upaya pengembangan industri menurut Hasfah (2004: 43) dalam aspek permodalan adalah memperluas skim kredit kepada pelaku usaha kecil dengan persyaratan yang tidak memberatkan pengusaha. Serta upaya pengembangan UKM menurut Primiana (2009:34) yang menyebutkan perlu adanya lembaga/instansi yang mendampingi UKM. Upaya pengembangan yang sudah dilakukan adalah dengan membentuk UPT KKMB yang berguna untuk memfasilitasi antara bank dan pelaku industri keripik tempe untuk mengembangkan

usahanya. Pemerintah melalui UPT KKMB sudah melakukan sosialisasi dan konsultasi terkait skim kredit atau pinjaman di bank guna pengembangan usaha. Melalui UPT KKMB pelaku usaha menjadi mengerti tentang ketentuan atau syarat dalam melakukan pinjaman. Pinjaman di bank untuk pengembangan industri kecil berupa program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan program Pos Daya.

Sementara upaya pengembangan industri kecil pada aspek permodalan tidak dilakukan secara mendalam oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Kedua dinas tersebut hanya mengarahkan pelaku usaha jika ingin melakukan pinjaman guna permodalan langsung menghubungi bank. Dinas tersebut lebih kepada pembinaan usaha dan bimbingan teknis. Sehingga dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan pada aspek permodalan pihak yang cukup berperan adalah UPT KKMB. Sementara itu Pemerintah Kota Malang melalui dinasnya tidak berperan banyak dalam pengembangan aspek permodalan.

b. Pengembangan Produksi

Kegiatan produksi keripik tempe merupakan tahap awal dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan. Pada tahap ini, komoditi dibuat, mulai dari pemotongan tempe, penggorengan tempe, pengemasan keripik tempe dan pemberian varian rasa. Bentuk upaya pengembangan yang sudah dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota

Malang adalah pemberian mesin pemisah kulit ari kedelai, fasilitas pendaftaran merek dan logo melalui HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) dan sosialisasi terkait standart mutu produk. Akan tetapi pemberian mesin produksi di lapangan ternyata tidak dimanfaatkan. Fasilitas merek dan logo melalui HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang memfasilitasi para pengusaha yang ingin mendaftarkan merek dan logo usaha mereka ditampung oleh dinas kemudian dinas mengirim logo dan merek usaha ke Kementerian Hukum dan HAM di Jakarta.

Pengembangan dalam tahap produksi juga dilakukan oleh pengusaha keripik tempe. Pengembangan yang dilakukan berupa pemberian varian rasa keripik tempe yang beraneka macam dan bentuk keripik tempe yang bulat. Pengusaha dalam tahap produksi tidak menggunakan peralatan modern, dari proses pemotongan tempe hingga pengemasan keripik tempe semua dilakukan dengan peralatan yang sederhana. Sedangkan untuk bantuan mesin dari dinas, pengusaha tidak memakainya karena hasil dengan menggunakan mesin dianggap tidak sesuai dengan keinginan pengusaha.

Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan pada tahap produksi dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dan pengusaha keripik tempe itu sendiri. Bentuk-bentuk pengembangan yang sudah dikemukakan mempunyai tujuan utama untuk keberlangsungan usaha. Tujuan dari pengembangan industri kecil

menurut Dumairi (1996: 48) akan memperluas lapangan pekerjaan baru serta industri tersebut akan berkembang dan memberi manfaat bagi lingkungannya. Industri keripik tempe Sanan jika semakin berkembang maka akan merekrut pekerja baru, dengan kata lain akan membuka kesempatan kerja yang lebih luas dan akan merembet kepada pengentasan kemiskinan masyarakat sekitar industri keripik tempe Sanan. Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan jika dilakukan dengan melibatkan beberapa pihak dan dengan kemampuan mengelola yang baik akan menjadi sebuah industri keripik tempe yang lebih besar dan modern.

Pengembangan produksi juga perlu memperhatikan konsep produksi sehingga pengembangan produksi keripik tempe Sanan tidak salah arah. Menurut Partadireja (1985: 21) menjelaskan produksi adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda, atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran. Berdasarkan konsep produksi tersebut, maka produksi keripik tempe merupakan bentuk kegiatan yang mengubah barang berupa kedelai menjadi keripik tempe yang mempunyai nilai tambah yang lebih daripada kedelai. Proses produksi ini guna meningkatkan nilai jual dan memperoleh keuntungan demi kelangsungan usaha industri keripik tempe Sanan. Proses produksi keripik tempe juga akan melestarikan keripik tempe Malang yang sudah terkenal sebagai oleh-oleh khas Kota Malang. Dengan demikian upaya

pengembangan keripik tempe Sanan selain agar terjaga keberlangsungan usaha juga berperan untuk menjaga oleh-oleh khas Kota Malang tetap ada.

Upaya pengembangan produksi keripik tempe Sanan mengalami beberapa masalah yang dihadapi, yaitu permasalahan terkait bahan baku kedelai. Menurut Tambunan (2002:73) menjelaskan masalah industri kecil salah satunya masalah bahan baku, selain dari pasokan juga masalah dari nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Sementara itu menurut Kuncoro (2004:193) permasalahan industri kecil yang sering dihadapi pada tahap produksi adalah harga bahan baku tidak menentu, tingkat pendidikan pekerja yang rendah serta keterbatasan teknologi yang memadai.

Beberapa permasalahan industri kecil khususnya di dalam aspek bahan baku merupakan masalah dalam input suatu produksi. Permasalahan bahan baku kedelai juga pernah dialami oleh industri keripik tempe Sanan, kedelai harga yang tidak menentu akibat nilai tukar rupiah terhadap dolar AS yang menurun. Bahan baku kedelai yang digunakan oleh pengusaha keripik tempe Sanan rata-rata berasal dari Amerika Serikat. Kenaikan harga kedelai import ini yang mengakibatkan pengusaha tidak kontinu dalam produksi. Jika harga kedelai import sedang mengalami kenaikan, pengusaha memilih untuk menghentikan sementara proses produksi, mengurangi jumlah takaran per kemasan dan menaikkan harga keripik tempe.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi bagian yang cukup penting dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan. Upaya pengembangan yang telah dilakukan oleh beberapa dinas antara lain:

- 1) Upaya pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang berupa pembinaan desain kemasan, sosialisasi standart produk, serta pembinaan manajemen keuangan.
- 2) Dinas Koperasi dan UKM (Usaha kecil Menengah) Kota Malang juga melakukan pengembangan SDM, upaya pengembangan yang dilakukan lebih kepada manajemen keuangan. Pembinaan manajemen keuangan diperlukan agar pengusaha mampu memisahkan keuangan usaha dan keuangan keluarga.
- 3) Upaya pengembangan SDM juga dilakukan UPT KKMB yaitu berupa pembinaan manajemen keuangan melalui pembinaan pembukuan sederhana. UPT KKMB menganggap hal ini perlu dilakukan karena usaha tanpa adanya manajemen keuangan yang baik usaha tersebut tidak akan berjalan secara efisien.

Berdasarkan pengembangan SDM yang telah dilakukan dinas maupun UPT KKMB dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa instansi memberikan pembinaan manajemen keuangan. Pembinaan manajemen

keuangan dilakukan agar pengusaha dengan latar belakang pendidikan yang minim dapat mengelola keuangan dengan baik. Pengembangan SDM yang selanjutnya adalah sosialisasi standart produk serta pembinaan desain kemasan. Pengembangan seperti itu dilakukan agar memberikan wawasan dan pemahaman kepada pengusaha mengenai standart keamanan pangan dan cara mendesain kemasan keripik tempe yang bagus.

Pengembangan SDM dalam industri keripik tempe Sanan dilakukan dengan mempertimbangkan latar belakang pendidikan pengusaha. Mengingat latar belakang pendidikan pengusaha yang mayoritas SMP (Sekolah Menengah Pertama) bahkan ada yang SD (Sekolah Dasar) sehingga pengembangan SDM dapat memberikan pemahaman terkait pengembangan usaha. Berbagai latar belakang tingkat pendidikan pengusaha menyebabkan kemampuan berinovasi dan mengembangkan usaha menjadi terbatas. Keterbatasan ini dapat diminimalkan melalui pengembangan sumber daya manusia (SDM). Pengembangan SDM industri keripik tempe Sanan berupa pembinaan manajemen keuangan, sosialisasi standart produk dan pembinaan desain kemasan. Usaha yang dilakukan haruslah mempunyai manajemen usaha berupa manajemen keuangan yang baik. Manajemen keuangan diperlukan agar pengusaha memisahkan keuangan usaha dan keuangan keluarga. Sosialisasi standart produk digunakan untuk memberikan pemahaman kepada pengusaha akan pentingnya keamanan pangan.

Desain kemasan yang menarik akan meningkatkan penjualan yang pada akhirnya produktivitas usaha meningkat.

Banyak manfaat yang bisa diperoleh melalui pengembangan sumber daya manusia, menurut Siagian (2001: 97) menjelaskan manfaat dari adanya pengembangan sumber daya manusia, yaitu: peningkatan produktivitas kerja organisasi. Peningkatan produktivitas industri keripik tempe berbanding lurus dengan tingkat pemahaman mereka mengenai usaha. Pengembangan SDM berusaha meningkatkan kemampuan dan wawasan pengusaha untuk mengembangkan industri keripik tempe Sanan. Melalui pengembangan SDM ini pula pengambilan keputusan oleh pemilik usaha akan lebih cepat dan tepat karena pengusaha sudah mempunyai wawasan tentang manajemen usaha.

Namun temuan lapangan memperlihatkan bahwa pembinaan manajemen keuangan tidak di aplikasikan secara kontinu oleh pengusaha. Pengusaha keripik tempe Sanan melakukan pembukuan secara sederhana tetapi tidak berlanjut. Sebagian dari mereka melakukan menentukan laba berdasarkan penghitungan kasar pemilik usaha dari catatan nota penjualan dan pembelian bahan baku. Pembukuan seperti itu menunjukkan perlu pembinaan manajemen keuangan yang terdapat pendampingan secara berlanjut oleh dinas. Pembinaan manajemen keuangan seharusnya dengan metode *action learning by doing*. Pembinaan yang tidak hanya memberi sosialisasi tetapi pengusaha turut andil dalam menerapkan materi yang disampaikan oleh dinas. Pengusaha dalam mengaplikasikan

materi yang disampaikan perlu didampingi lebih lanjut agar mereka terlatih dan menjadi mandiri terhadap pembinaan manajemen keuangan. Pembinaan manajemen keuangan selama ini lebih bersifat sosialisasi sehingga pengusaha tidak sepenuhnya memahami materi yang disampaikan. Keterbatasan dalam menerima informasi ini membuat pengusaha meskipun telah menerima pembinaan manajemen keuangan akan tetap menggunakan penghitungan laba secara kasar dan keuangan usaha yang tercampur dengan keuangan keluarga.

d. Fasilitas Pemasaran

Pemerintah Kota Malang melalui dinasnya telah melakukan serangkaian kegiatan untuk mendukung kegiatan pemasaran industri kecil. Melalui Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang telah mengadakan fasilitas pemasaran kepada industri keripik tempe Sanan berupa serangkaian kegiatan. Bentuk kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan pada fokus pemasaran yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang adalah penyelenggaraan pameran, pelatihan dan pembuatan website, menyelenggarakan forum dagang antar provinsi dan/atau pulau dan pembuatan katalog. Sedangkan kegiatan pengembangan fasilitas pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang adalah penyelenggaraan pameran, fasilitas kerjasama (kemitraan) dengan pihak ketiga seperti hotel, biro perjalanan dan toko modern.

Sementara itu upaya pemasaran yang telah dilakukan pengusaha adalah mengadakan mitra dagang dengan pertokoan di sepanjang jalan raya Sanan, membuka gerai penjualan di rumah serta memasok keripik tempe keluar daerah.

Menurut Hasfah (2004: 43) menyebutkan kegiatan pengembangan industri yang dapat diupayakan pada fasilitasi pemasaran adalah melalui pengembangan promosi dan pengembangan kemitraan. Kegiatan promosi terhadap keripik tempe Sanan merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan Pemerintah Kota Malang melalui dinasny. Baik Dinas Koperasi dan UKM maupun Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang melakukan promosi berupa kegiatan pameran. Pameran yang dilakukan dengan melibatkan berbagai industri kecil di Kota Malang termasuk di dalamnya industri keripik tempe Sanan, namun untuk kegiatan pameran tertentu seperti pameran kerajinan (*Inna Craft*), industri makanan dan minuman seperti industri keripik tempe Sanan memang tidak di ikut sertakan. Kegiatan pameran diselenggarakan di dalam dan di luar daerah, di luar daerah adalah untuk memenuhi undangan pameran dari pemerintah daerah lain. Keberadaan promosi berupa pameran ini akan sangat membantu pengusaha keripik tempe Sanan dalam mengembangkan usaha. Usaha dapat berkembang melalui pameran karena produk industri keripik tempe Sanan dapat dikenal secara lebih luas oleh daerah lain.

Selain pengembangan pemasaran melalui promosi dengan bentuk pameran, terdapat juga upaya pengembangan industri kecil melalui pengembangan kemitraan. Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang melakukan kegiatan fasilitasi kemitraan atau hubungan kerjasama antara pengusaha keripik tempe dengan pihak ketiga. Pihak ketiga antara lain adalah biro perjalanan (travel), hotel dan toko modern. Kegiatan fasilitasi kemitraan oleh dinas ini dapat menumbuhkan mitra kerjasama atau jaringan pemasaran yang lebih luas karena pengusaha dapat bertemu pengusaha lain yang akan menjadi mitra penjualan. Jaringan kerjasama penjualan juga telah dilakukan pengusaha secara mandiri. Mereka telah mempunyai mitra dagang diluar daerah. Melalui hubungan dengan pihak lain, keripik tempe Sanan akan lebih dikenal oleh masyarakat luas, produk yang bersaing dengan produk sejenis di toko modern dan menjangkau daerah-daerah diluar Kota Malang.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung dari Upaya Pengembangan Industri Keripik Tempe Sanan

a. Faktor Penghambat

1) Jumlah Sumber Daya Aparatur

Keterbatasan jumlah sumber daya aparatur (pegawai) menjadi salah satu penghambat dalam strategi pengembangan industri keripik tempe Sanan. Jumlah pegawai tiap seksi yang menangani pengembangan industri rata-rata 3 orang. Jumlah pegawai yang sekian dinilai tidak dapat

untuk menangani permasalahan industri keripik tempe Sanan secara menyeluruh. Kegiatan pengembangan menjadi terbatas, karena pegawai dinas juga tidak hanya fokus pada pengembangan keripik tempe Sanan melainkan pengembangan industri lain di Kota Malang.

Lebih lanjut Siagian (2012:142) menjelaskan peran pemerintah dalam pembangunan, yang salah satu peran adalah selaku pelaksana sendiri. Peran pemerintah selaku pelaksana sendiri dalam pembangunan adalah sebagai pelaksana utama dalam pembangunan, misalnya membangun angkatan bersenjata, pendidikan dan pelayanan kesehatan.

Konsep diatas dapat dihubungkan dengan faktor penghambat berupa jumlah sumber daya aparatur. Pemerintah dalam mengembangkan industri keripik tempe Sanan bertindak sebagai pelaksana sendiri dalam hal pembinaan dan pelatihan. Kegiatan pengembangan yang telah ditetapkan kemudian dilaksanakan di lapangan, namun jika dalam pelaksanaannya terkendala jumlah pegawai yang terbatas maka timbullah penghambat. Penghambat dari aspek jumlah pegawai yang terbatas akan menyebabkan pembinaan dan pelatihan yang telah disusun secara rinci dan terstruktur akan tidak dapat berjalan dengan efektif. Sehingga diharapkan keterbatasan jumlah pegawai dapat diatasi dengan mengangkat pegawai fungsional guna kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan.

2) Waktu Pembinaan

Waktu pelaksanaan pembinaan maupun sosialisasi yang diadakan dinas seringkali menjadi penghambat dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan. Waktu pembinaan yang dilakukan pada saat pagi hingga siang hari menyebabkan pengusaha enggan untuk mengikutinya. Pengusaha memilih tidak mengikuti kegiatan pembinaan karena mereka beranggapan bahwa jika meninggalkan kegiatan usaha, mereka akan rugi. Pengusaha yang juga merangkap sebagai pemilik, manajer dan bagian produksi tentu saja tidak bisa mengikuti pembinaan karena lebih mementingkan usahanya.

Sementara itu, melalui pembinaan dan sosialisasi yang dilakukan oleh dinas maupun institusi terkait dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam menjalankan kegiatan usaha serta dapat memberikan pengetahuan mengenai cara pengembangan industri keripik tempe Sanan. Pengusaha yang tidak ikut serta dalam mengikuti pembinaan, pelatihan, sosialisai dan pameran dapat menjadi kelemahan tersendiri dalam mengembangkan usaha. Pengusaha keripik tempe Sanan dengan latar belakang pendidikan rata-rata SMP akan mengalami kesulitan dalam melakukan inovasi dan pemasaran yang lebih luas. Pengusaha yang tidak mengikuti pembinaan dan sosialisasi dapat mengakibatkan kemampuan perencanaan untuk mengembangkan usaha menjadi terbatas, tingkat produktivitas tidak meningkat, sulit dalam permodalan ke bank dan kurang mampu mengelola usaha secara efektif. Sehingga waktu

pembinaan lebih baik dilakukan pada saat malam ketika pengusaha sudah tidak melakukan kegiatan produksi. Pemilihan waktu yang tepat dapat meningkatkan efektivitas kegiatan pengembangan industri keripik tempe Sanan.

3) **Infrastruktur Parkir**

Infrastruktur parkir memang menjadi faktor yang dapat menunjang hasil penjualan produk. Dengan parkir yang luas, banyak pembeli yang dapat berkunjung untuk berbelanja. Namun lahan parkir yang terdapat di pertokoan sentra industri keripik tempe Sanan sangatlah kecil. Keterbatasan lahan parkir yang membuat mobil dan bis dari luar daerah enggan untuk berhenti dan membeli oleh-oleh. Faktor lahan parkir yang minim inilah yang dapat menghambat upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan.

Keterbatasan infrastruktur dapat mengurangi keuntungan yang didapat oleh pengusaha. Konsumen akan enggan untuk berbelanja ke tempat yang memiliki parkir sempit. Sehingga perlu dalam pembangunan sentra industri keripik tempe Sanan menyediakan lahan parkir yang luas. Infrastruktur parkir yang luas akan membuat nyaman calon pembeli dan kegiatan pemasaran menjadi lancar. Penghambat dari aspek infrastruktur parkir memerlukan solusi pemecahan masalah yang terkoordinasi antara pengusaha dan pemerintah Kota Malang mengenai RTRW yang tepat.

4) Bahan Baku Kedelai Import

Bahan baku kedelai yang digunakan dalam industri keripik tempe Sanan adalah kedelai import dari Amerika. Alasan pengusaha menggunakan kedelai import adalah kualitas kedelai yang bagus dan cocok diolah menjadi keripik tempe. Namun dalam proses produksi terkadang pengusaha terhambat oleh harga kedelai import yang tidak stabil. Ketidakstabilan harga kedelai import menyebabkan pengusaha harus membayar lebih untuk bahan baku. Permasalahan bahan baku kedelai jika tidak diselesaikan maka akan menyebabkan pengusaha menutup usahanya.

Permasalahan mengenai bahan baku merupakan masalah yang dihadapi industri kecil. Menurut Tambunan (2002:73) permasalahan seperti keterbatasan jumlah bahan baku dan harga bahan baku yang tidak stabil karena nilai tukar mata uang yang berubah-ubah. Dari konsep tersebut dapat di analisis bahwa masalah bahan baku berupa kedelai import menjadi penghambat dalam mengembangkan sentra industri keripik tempe Sanan. Hambatan ini muncul ketika harga kedelai import yang naik karena nilai tukar rupiah terhadap dolar AS yang menurun. Hambatan juga bisa berasal dari proses distribusi kedelai yang tidak lancar atau ada permainan dalam proses penyalurannya.

b. Faktor Pendukung

1) Sikap Kooperatif Pengusaha

Beberapa dari pengusaha memang ada yang enggan dalam kegiatan pembinaan yang dilakukan dinas maupun instansi terkait. Namun masih terdapat pengusaha yang kooperatif dengan setiap kegiatan pengembangan industri keripik tempe yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang. Pengusaha mempunyai keinginan dan minat untuk mengembangkan usaha. Minat dan keinginan untuk berkembang diwujudkan melalui sikap mereka yang kooperatif dalam mengikuti setiap pembinaan dan sosialisasi yang diadakan dinas.

Menurut Mathis dan Jackson (2001: 13) menjelaskan sumber daya manusia perlu dikembangkan untuk memberikan orientasi pada tenaga kerja baru, pelatihan kerja-keterampilan adalah bagian dari pelatihan dan pengembangan SDM. Sikap kooperatif pengusaha ini sangatlah mendukung upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan karena akan berdampak positif bagi kegiatan usahanya. Keikutsertaan pengusaha dalam pembinaan dan pelatihan yang diberikan oleh dinas akan menambah pengetahuan dan keterampilan pada pengusaha. Dengan pengetahuan, orientasi usaha dan keterampilan yang meningkat, maka pengusaha akan secara mandiri dapat mengembangkan industri keripik tempe miliknya. Oleh karena itu, sikap kooperatif pengusaha penting bagi keberlangsungan usaha keripik tempe ke depannya.

2) Akses Menuju Sentra Industri

Keberadaan akses jalan yang mudah menuju tempat sasaran merupakan salah satu pendukung upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan. Dinas dapat melakukan kunjungan untuk kegiatan pembinaan dan sosialisasi, sehingga upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan dapat terlaksana dengan lancar karena akses menuju tempat sasaran yang mudah. Selain itu, wisatawan dan calon pembeli dapat menuju Sanan untuk membeli oleh-oleh khas Kota Malang karena akses jalan menuju Sanan merupakan jalan lintas daerah Malang-Blitar.

Lokasi dan akses industri keripik tempe Sanan yang terjangkau dan mudah merupakan faktor pendukung tersendiri dalam upaya pengembangan industri. Hal tersebut tidak sesuai dengan permasalahan yang dihadapi industri kecil menurut Tambunan (2002:73). Ia menjelaskan permasalahan yang dihadapi industri kecil berkaitan dengan lokasi yang tidak menguntungkan yang menyebabkan akses menjadi sulit.

Keberadaan industri keripik tempe Sanan mempunyai lokasi dan akses yang menguntungkan. Akses jalan yang mudah dan lokasi menguntungkan karena industri keripik tempe Sanan berada pada jalur lintas daerah Malang-Blitar. Lokasi tersebut menyebabkan industri semakin berkembang karena dekat dengan pusat transportasi yang memungkinkan calon pembeli berkunjung ke Sanan untuk membeli keripik tempe sebagai oleh-oleh Kota Malang. Akses yang mudah juga

mendukung Dinas Koperasi dan UKM maupun Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang untuk melakukan kegiatan pengembangan industri.

3) Daerah Tujuan Pariwisata

Kota Malang menjadi salah satu tujuan wisata saat akhir pekan maupun libur panjang. Daerah yang menjadi tujuan wisata seperti ini memberikan manfaat kepada industri kecil untuk mengembangkan usahanya. Melalui pariwisata industri keripik tempe Sanan dapat mengembangkan kegiatan pemasarannya. Pengusaha dapat menitipkan produknya ke tempat-tempat wisata maupun di gerai penjualan yang merupakan pusat oleh-oleh daerah. Selain menjual produknya di pusat oleh-oleh, calon pembeli juga dapat berkunjung langsung ke sentra industri keripik tempe Sanan. Dari sana calon pembeli dapat melihat proses pembuatan keripik tempe dan membeli dengan harga yang lebih terjangkau daripada di pusat oleh-oleh. Penjualan yang meningkat dengan adanya pariwisata membawa dampak positif bagi kelangsungan usaha keripik tempe Sanan.

4) Terbentuk Sentra Industri

Keberadaan industri sejenis yang terkumpul dalam suatu kawasan dan membentuk sentra industri menjadi salah satu faktor pendukung pengembangan industri. Industri keripik tempe di Sanan telah

membentuk suatu sentra industri, yaitu Sentra Industri Tempe Sanan. Industri yang sudah menjadi sentra maka pembinaan kepada pelaku-pelaku usaha akan terpusat dan efisien dalam pembinaannya. Sentra industri inilah yang akan dengan mudah dikembangkan oleh dinas maupun instansi terkait, karena dinas tidak perlu melakukan kunjungan ke industri keripik tempe yang berjauhan.

Terbentuknya sentra industri keripik tempe Sanan sesuai dengan bentuk pengembangan industri kecil menurut Kuncoro (2004: 307), yang menjelaskan bahwa pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan yang berbentuk sentra dan didukung oleh lembaga terkait. Industri keripik tempe Sanan yang berada dalam satu kawasan yang sama telah membentuk sentra. Pembentukan sentra ditujukan agar kegiatan pengembangan industri yang dilakukan oleh dinas menjadi terpusat. Dinas dapat dengan mudah mengunjungi kawasan yang memang sudah menjadi sentra sehingga pengusaha keripik tempe yang akan dibina sudah terpusat dalam satu kawasan. Pembentukan sentra juga bermanfaat untuk zonasi daerah yang sudah dikelompok-kelompokan menjadi kawasan yang memiliki fungsi pembangunan yang berbeda.

5) Terdapat Instansi Pendukung

Instansi berupa dinas maupun perguruan tinggi turut berperan dalam mengembangkan keripik tempe Sanan. Melalui institusi baik itu dinas, perguruan tinggi maupun unit pelayanan teknis yang berkaitan

dengan pengembangan industri kecil dapat memberi dampak positif bagi industri keripik tempe Sanan. Dinas yang berperan dalam pengembangan industri keripik tempe Sanan adalah Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Institusi lain berasal dari Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB) dibantu oleh beberapa perguruan tinggi negeri maupun swasta di Kota Malang.

Terdapat beberapa instansi yang mendukung pengembangan industri keripik tempe Sanan. Upaya pengembangan melalui beberapa instansi dapat dilakukan lebih lanjut dengan membentuk kerjasama antar instansi. Pengembangan yang demikian sesuai menurut Primiana (2009: 34) yang menjelaskan bahwa dengan membentuk badan atau lembaga yang memudahkan bagi UKM mencari pendamping baik dari sisi manajerial maupun pendanaan.

Pembentukan badan kerjasama antar Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang serta UPT KKMB beserta perguruan tinggi yang ada di Kota Malang akan memudahkan upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan. Dengan adanya badan kerjasama akan terkoordinasi kegiatan dari masing-masing institusi sehingga kegiatan pengembangan tidak saling tumpang tindih.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti tentang upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan dalam pelaksanaannya peneliti memfokuskan pada aspek fasilitasi permodalan, pengembangan produksi, pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) dan fasilitasi pemasaran. Penelitian juga dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dalam kegiatan pengembangan.
2. Upaya pengembangan pada fokus fasilitasi permodalan dilakukan oleh Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB) wilayah kerja kantor perwakilan Bank Indonesia cabang Malang. Melalui UPT KKMB industri kecil diarahkan kepada program kredit Pos Daya dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk membantu permodalan pengusaha industri kecil. Sementara itu, Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang tidak melakukan fasilitasi permodalan. Modal industri keripik tempe Sanan yang selama ini digunakan oleh pengusaha mayoritas berasal dari

keuangan keluarga pengusaha itu sendiri dan modal dari keuntungan usaha. Pengusaha dalam melakukan pinjaman di bank merasa persyaratannya berbelit dan bahkan bank tidak memberikan kredit kepada pengusaha tersebut. Hal tersebut dilakukan bank, kemungkinan karena pengusaha tersebut mempunyai *track record* peminjaman keuangan di bank yang tidak bagus atau nilai BI *checking* nya buruk.

3. Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan pada fokus pengembangan industri dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Bentuk kegiatan pengembangannya antara lain: pemberian alat produksi berupa mesin pemisah kulit kedelai, fasilitasi pendaftaran merek dan logo, dan sosialisasi standart mutu produk. Berdasarkan data lapangan, pemberian alat produksi tidak dimanfaatkan oleh pengusaha, pengusaha tetap memakai cara sederhana dan tradisional. Pemberian alat dari dinas tidak dimanfaatkan oleh pengusaha karena mereka menganggap alat yang diberikan spesifikasi nya tidak sesuai dengan yang diperlukan. Pengembangan produksi selain dilakukan oleh dinas juga dilakukan oleh pengusaha. Bentuk pengembangan yang dilakukan pengusaha berupa inovasi pemberian varian rasa keripik tempe yang beraneka macam dan bentuk keripik tempe yang bulat.
4. Upaya pengembangan SDM yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang berupa pembinaan desain kemasan, sosialisasi standart produk, serta pembinaan manajemen keuangan. Dinas

Koperasi dan UKM (Usaha kecil Menengah) Kota Malang dan UPT KKMB melakukan kegiatan pengembangan SDM berupa pembinaan manajemen keuangan melalui pembinaan pembukuan sederhana. Dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa instansi memberikan pembinaan SDM yang sama dalam bentuk manajemen keuangan. Pembinaan manajemen keuangan seharusnya berbentuk *action learning by doing* dimana pengusaha dibimbing secara berkelanjutan dalam menjalankan pembukuan sederhana. Pengusaha akan lebih mengerti ketika mereka mempraktekan dengan di bimbing oleh orang dinas. Pembinaan manajemen keuangan dilakukan agar pengusaha dengan latar belakang pendidikan yang minim dapat mengelola keuangan dengan baik.

5. Upaya pengembangan industri keripik tempe Sanan pada aspek fasilitasi pemasaran dilakukan oleh Pemerintah Kota Malang melalui dinasnya. Upaya pengembangannya antara lain: penyelenggaraan pameran, pelatihan dan pembuatan website, menyelenggarakan forum dagang antar provinsi dan/atau pulau, pembuatan katalog dan fasilitasi kerjasama dengan pihak ketiga. Sedangkan upaya pemasaran yang telah dilakukan pengusaha adalah mengadakan mitra dagang dengan pertokoan di sepanjang jalan raya Sanan, membuka gerai penjualan di rumah serta memasok keripik tempe keluar daerah.
6. Pengembangan industri keripik tempe Sanan dalam pelaksanaannya terdapat faktor penghambat dan faktor pendukung yang muncul. Faktor penghambat antara lain meliputi: jumlah pegawai yang terbatas yang

rata-rata 3 orang per seksi; waktu pembinaan yang tidak tepat yang mengakibatkan beberapa pengusaha memilih tidak mengikuti kegiatan pembinaan karena mereka beranggapan bahwa jika meninggalkan kegiatan usaha mereka akan rugi; keterbatasan lahan parkir yang membuat mobil dan bis enggan untuk berhenti dan membeli oleh-oleh, serta harga kedelai import yang tidak stabil. Sedangkan faktor pendukung meliputi: sikap kooperatif dan mau bekerjasama beberapa pengusaha mengikuti pembinaan dan pelatihan; akses yang cukup baik menuju sentra industri keripik tempe Sanan serta lokasi industri yang berada pada jalur antar daerah Malang-Blitar; Kota Malang yang menjadi tujuan wisata menjadikan industri kecil di dalamnya bisa berkembang; industri keripik tempe Sanan dalam pengelolaannya sudah terpusat dan menjadi sentra sehingga pengembangan kawasan menjadi terkonsentrasi; terdapat instansi pendukung berupa Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang serta institusi lain berasal dari Unit Pelaksana Teknis Konsultan Keuangan/Pendamping Mitra Bank (UPT KKMB) kantor perwakilan Bank Indonesia cabang Malang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang ada, maka peneliti berusaha memberikan saran guna pengembangan industri keripik tempe Sanan. Saran dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengusaha maupun instansi terkait

untuk menentukan kegiatan pengembangan yang berikutnya. Adapun saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan industri kecil melalui pemberian bantuan modal berupa mesin seharusnya tepat guna. Peralatan produksi yang diberikan harus sesuai spesifikasinya dengan peralatan yang digunakan industri keripik tempe. Pemberian alat yang tidak tepat menyebabkan peralatan tersebut tidak terpakai, hal ini perlu diantisipasi dengan meninjau ke lapangan mengenai peralatan yang memang dibutuhkan oleh pengusaha keripik tempe Sanan.
2. Perlu adanya koordinasi dan kerjasama antar instansi yang mengembangkan industri keripik tempe Sanan. Selama ini pengembangan yang dilakukan beberapa instansi terkesan terpisah dan tumpang tindih. Diperlukan rencana kegiatan yang terstruktur dan terarah yang dikoordinasikan kepada setiap instansi untuk mengembangkan industri keripik tempe Sanan secara komprehensif.
3. Keberadaan sentra industri keripik tempe Sanan sebaiknya dijadikan sebagai *landmark* wisata industri di Kota Malang. Sentra industri diubah menjadi Kampung Wisata Edukasi Tempe dan Keripik Tempe Sanan, upaya seperti itu akan lebih menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan berbelanja. Melalui kampung wisata tersebut, masyarakat dapat melihat dan mengetahui proses pengolahan kedelai menjadi tempe dan keripik tempe. Di dalam kampung wisata keripik tempe tersebut sebaiknya disertakan paket wisata yang lain seperti *outbond* dan edukasi

menanam kedelai. Sehingga menguatkan posisi Kota Malang sebagai Kota Pariwisata dan menjadikan industri keripik tempe Sanan semakin berkembang.

4. Pengusaha-pengusaha keripik tempe Sanan sebaiknya membentuk asosiasi pengusaha keripik tempe. Data di lapangan menunjukkan bahwa antar pengusaha keripik tempe Sanan tidak terdapat asosiasi, sehingga persaingan harga terjadi dan persaingan tidak sehat dapat terjadi. Dengan terbentuknya asosiasi pengusaha keripik tempe Sanan maka mereka akan bersatu padu dalam mengembangkan industri keripik tempe mereka dan persaingan tidak sehat dapat dihindarkan.
5. Penggunaan bahan baku kedelai sebaiknya beralih menggunakan kedelai lokal. Kedelai lokal jika dimanfaatkan dengan baik dan diolah menjadi keripik tempe maka akan mengurangi kebutuhan pengusaha terhadap kedelai import. Pengusaha yang menggunakan kedelai lokal akan mengurangi resiko ketidakstabilan harga bahan baku kedelai yang disebabkan oleh nilai tukar rupiah terhadap dolar yang berubah-ubah.
6. Diharapkan infrastruktur parkir di pertokoan Sanan diperluas. Lahan parkir yang lebih luas akan memudahkan calon pembeli untuk parkir dan berbelanja. Sarana infrastruktur seperti inilah yang terkadang tidak diperhatikan, sehingga meskipun produk keripik tempe Sanan memiliki rasa yang enak jika terkendala lahan parkir, maka calon pembeli enggan untuk berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arsyad, Lincolin. 1988. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIE-YKPN.

_____. 2004. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIE-YKPN.

Assauri, Sofjan. 1980. *Manajemen Produksi*. Jakarta: LPFE-UI.

_____. 2004. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, Edisi I. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi I. Yogyakarta: Andi.

Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Gelora Aksara Pratama.

Hakim, Lukman. 2011. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*, Alih Bahasa Menyamin Molan, Edisi I. Jakarta: Indeks.

Komaruddin. 1976. *Analisa Menejemen Permodalan Modern*. Bandung: Alumni.

Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*. Jakarta: Erlangga.

Mathis L. Robert dan John H. Jackson. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

Miles, Matthew. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.

Moleong, J. Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moekijat. 2005. *Pengembangan Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.

Pasolong, Harbani. 2008. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta

- Partadireja, Ace. 1985. *Pengantar Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, Henny. 2012. *Perencanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Menuju Ekonomi Kreatif*. Malang: Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya.
- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, Irsan Azhary. 1986. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES.
- Siagian, Sondang P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2012. *Administrasi Pembangunan: Konsep, Dimensi dan Strateginya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri. Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti et, al. 1987. *Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, Edisi II. Yogyakarta: Liberty.
- Suryono, Agus. 2004. *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: UM Press.
- _____. 2010. *Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan*. Malang: UB Press.
- Syafiie, Inu Kencana. 2006. *Ilmu Administrasi Publik*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tambunan, Tulus. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: beberapa isu penting*. Jakarta: Salemba Empat.

Usman, Husaini. Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal

Hasfah, Mohammad Jafar. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)._____, 25 (XX): 40 44.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

Undang-Undang No. 5 tahun 1984 tentang Perindustrian.

Internet

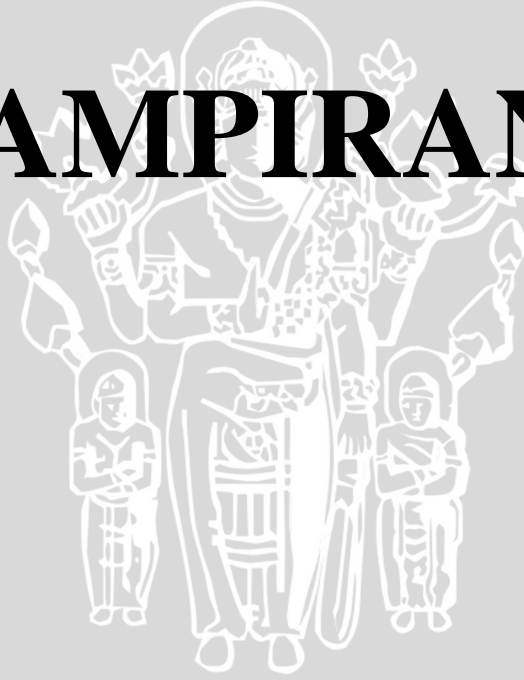
<http://www.kemenperin.go.id/> Pengembangan IKM untuk Memperkuat Industri Nasional. Diakses pada tanggal 13 November 2013.

Media Cetak

Produk 300 Industri Kecil Dipatenkan. Surya, Rabu 6 November 2013.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

LAMPIRAN



Proses Produksi Keripik Tempe



Kegiatan Pengembangan Industri Keripik Tempe Sanan

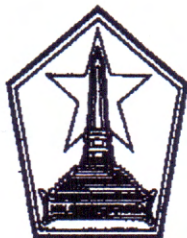




Kegiatan Penelitian







PEMERINTAH KOTA MALANG
DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN
PUSAT PERKANTORAN TERPADU GEDUNG A Lt.3
JL.MAYJEND SUNKONO TELP. (0341) 751544
MALANG Kode Pos 65123

SURAT KETERANGAN

Nomor : 530/ 317 /35.73..311/2014

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. Nama : Rr. Mariani Ari Soeroso, SH
- b. NIP : 19620316 198503 2 005
- c. Jabatan : Sekretaris
- d. Unit : Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Malang

Dengan ini menerangkan bahwa :

- Nama : Karuniawan Andre Endarto
- Nomor Identitas : 105030100111120
- Universitas : Universitas Brawijaya
- Jurusan : Ilmu Administrasi Publik
- Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Industri Kripik Tempe demi Kelangsungan Usaha (Studi pada Sentra Industri Tempe Sanan, UPT KKMB dan Pemerintah Kota Malang).
- Waktu : 27 Januari -27 April 2014

Bahwa nama yang tersebut diatas, benar-benar telah melaksanakan Penelitian dikantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.

Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Malang, 13 Mei 2014

An. KEPALA DINAS
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
PEMERINTAH KOTA MALANG
SEKRETARIS



Rr. MARIANI ARI SOEROSO,SH
Pembina Tk II
NIP. A. 9620316 198503 2 005



PEMERINTAH KOTA MALANG
DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH

Jl. Panji Suroso No. 18 Telp. (0341) 496264

MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : 518/ 318 /35.75.314/2014

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya

N a m a : KARUNIAWAN ANDRE ENDARTO
NIM : 105030100111120
Alamat : Jln. Kendalsari Gg.I no.18.A Malang
Fakultas/Program : ILMU ADMINISTRASI/ ADMINISTRASI PUBLIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
Tema : STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERIPIK
TEMPE DEMI KELANGSUNGAN USAHA (STUDI
PADA SENTRA INDUSTRI TEMPE SANAN,UPT KKMB
DAN PEMERINTAH KOTA MALANG)
Waktu Penelitian : 27 Januari s/d 27 April 2014
Peneliti : 1 (satu) orang

Telah selesai melaksanakan survey/ penelitian lapangan di Sentra Industri
Tempe Sanan, UPT KKMB dan Pemerintah Kota Malang.

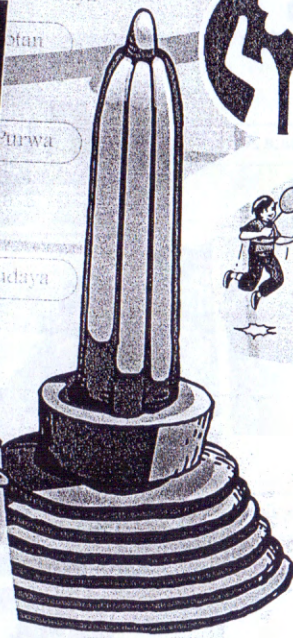
Demikian untuk menjadikan maklum dan Surat Keterangan ini dapatnya
dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEPALA DINAS KOPERASI DAN UKM
KOTA MALANG
SEKRETARIS

MARTHA MRL TOBING, SH, MM
Pembina Tk. I
NIP.19600301 198603 2 007

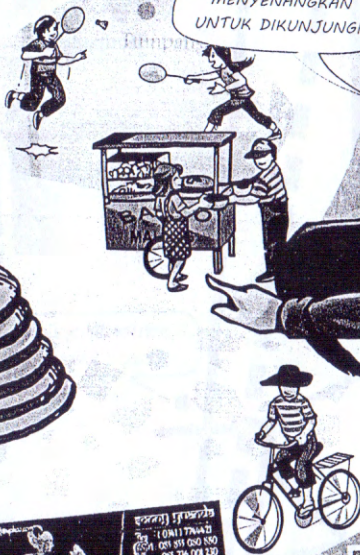
100% INDONESIA

SELAMAT DATANG DI KOTA MALANG



DEKRANASDA KOTA MALANG

WOOW... KOTA YANG MENYENANGKAN UNTUK DIKUNJUNGI!



Amazy
THE MOST WANTED CRISP
Jl. Raya Lingsap Kav. 2C
(Ruko Sebelah Plaza Dings Malang)
LAPOR TELPONJAJA-KE 0341-578821

Agung
Makanan tradisional khas timur tengah yang berkeadilan Indonesia
Jl. Basuki Rahmat 80 Malang (Utara BCA Kayu Tangi)
0341-357061
www.martabakagung.com

Kressh
Camilan Sehat & Royal
Vikmatilah Camilan Sehat Alami Keriuk & Kressh Karena Diproses Secara Vakum & Suhu Rendah Sehingga Kadar Gizi dan Cita Rasa Tidak Banyak Berubah
PRODUK LAINNYA: MANISAN APEL, NANG, DAN SIRSAP

SAVORY
FOOD & DRINKS
Menerima Pesanan
Makanan Pawai
Kue Kacang, Kue Kering, Brownies, Roti, Nampah, Roti Caki, Aneka Kue Baki

Athia
Cake & Bakery
Menerima Pesanan Makanan-Makanan Kue Kacang, Kue Kering, Brownies, Roti, Nampah, Roti Caki, Aneka Kue Baki

WISATA KULINER YANG MENGIKURKAN... SERTA ANEKA PERNAK-PERNIK FASHION YANG TERJANGKAU!



Lip's Art
MENJUAL
Jl. Simpang Sulfat Utara no. 639 Malang
Jl. Jember 2/8e no. 5-6 Sawojajar II - Malang
081303803542 Agus : 081937781015

U-one
art
Jl. Simpang Sulfat Utara no. 639 Malang
Jl. Jember 2/8e no. 5-6 Sawojajar II - Malang
081303803542 Agus : 081937781015

Mayjen Panjaitan 176 Malang - Jatim
Telp. (0341) 572478 (0341) 364641

bayuaji - vivin
workshop: Jl. Ciliwung I/55 H Malang
phone +62341.966.4461
mobile +6281.2336.6163
+6281.2521.8241

Enny's Leather
REPHIL HANDY CRAFT
Alamat: Jl. Sudimoro 2A RT. 04 RW. 05
(Depan Puskesmas Mojolangu)
Ponsel 0341-5418080
Malang - Jatim

BAKA Production
Kerajinan Tempurung Kelapa
ANDI HERNAWAN
082141418137 087859059046
088805106193
Email amongRaka@yahoo.com
Jl. Simpang Surapati II Rt 23 no. 373
Singosari

Corpies
custom clothing
produk: sepatu lukis, headphone lukis, kaus lukis, kacamata lukis, kerajinan khas Bali
website: korpies.deviantart.com
web gallery: honny-dakap.deviantart.com

Wika Collections
Jl. Danau Maninjau Cihv. 832/838 - Sawojajar
Telp: 0341-764472, 085234002033

Christine Collection
Jl. Raya Lingsap Kav. 2C
Telp: 0341-578821

Janies Javaz
Jl. Sudimoro 2A RT. 04 RW. 05
Ponsel 0341-5418080
Malang - Jatim

JARIK ANTIE
Kerajinan Kulit Jahe Lada & Tembakau
Jl. Raya Lingsap Kav. 2C
Telp: 0341-578821

Wika Collections
Jl. Danau Maninjau Cihv. 832/838 - Sawojajar
Telp: 0341-764472, 085234002033

Royally
Bebas Ongkos Kirim!
Buka Mutal Jam 11.00 Pagi - 12.00 Malam
Hari Minggu/Libur sedia Yanco & Rp. 8000
Buka Jam 08.00 sd 24.00
Telp: 0341-563242

Warung KKRIS
SPECIAL PENYET
Warung Bu Kris Hadir dengan tempat yang lebih luas, nyaman dan asri, dikelilingi taman dan kolam ikan

SOTO AYAM SURABAYA R. SIDJAN
Jl. Raya Lingsap Kav. 2C
Telp: 0341-578821

HARMONI CAFE & RESTO
Jl. Bromo 44, Malang

CV. TANGGUH JAYA
Supplier Ayam Broiler & Daging Sapi
Jl. Gembala 11/1

PERUM TIDAR PERMAL
Jl. Gembala 11/1

ABAH ODIL
BUBUR AYAM TASIKMALAYA ISTIMEW
Jl. Soekarno-Hatta D511 Malang
Jl. Raya Candi Pengung No. 41 Malang
Jl. Danau Bratan (Apotek Kamelia)
Sawojajar - Malang
Pondok Bimbing Indah Blok FA No. 40
Pujasera Buring Sedap Jl. Buring 48 Malang

Traditional Glass Painting

Tatik Simanjuntak



SHAW ROOM
Jl. Merdeka II
Pasar (GURUPU)
Pb. 081 796 070 59



aleri :
Teluk Etna No.4
Ip. (0341) 409788
email : dopink g4nk@yahoo.com



Wiwik Boneka
Jl. Bayam Dalam No. 14 Malang
Telp : (0341) 814 03 96



UMMA DECORATIVE GLASS PAINTING

Dyah Rachmalita, SE, M.AB
HP: 081 1303447 / 7703007

Showroom & Workshop:
Plaza Araya Lt. II, Malang
Phone: (0341) 9926001
Jl. Kawi Selatan 1, Malang - 65116
Phone/Fax: (0341) 565419
Website: www.litaglasspainting.com
e-mail: info@itaglasspainting.com

Maharani
embroideryhandycraft

Wutugung 38 Malang
Telp: (0341) - 582099
(0341) 7050679

Piranha Atas 231
Telp : (0341) 407 540

Iham Gallery
Rattan Basket 'Furniture Clasic' ETC

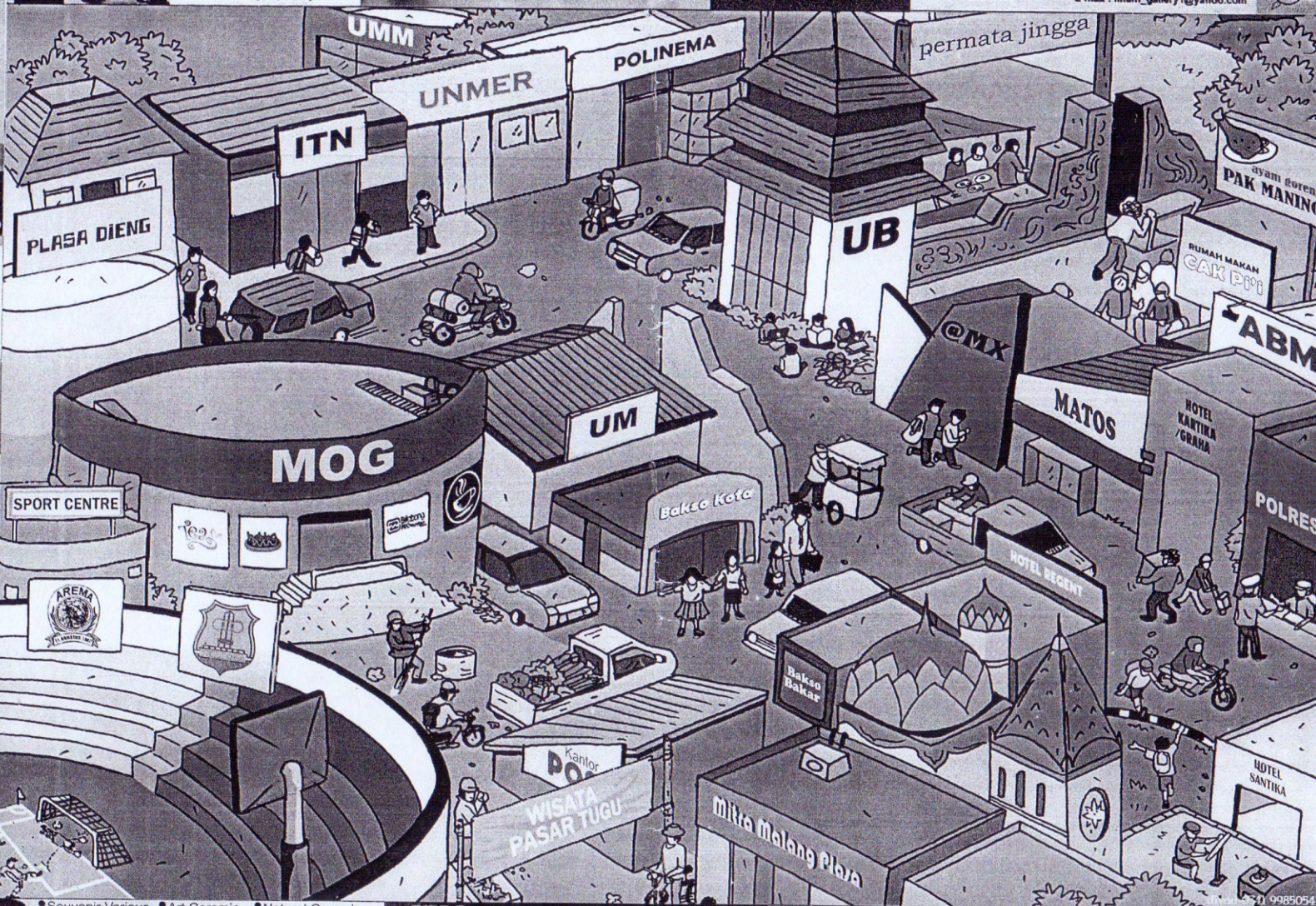
Stand :
- Jl. Raya Baleanjosari 34
Malang 65126
Phone +62 - 341 - 404679 - 7312729
- Jl. Raya Baleanjosari 7
Malang 65126
Phone +62 - 341 - 4345684
Fax +62 - 341 - 496778
Mobile 081 7311 334
East Java Indonesia
E-mail : iham_gallery1@yahoo.com

Moch. R. Mardian
Made To Order

Batik INDONESIA

Plaza ARAYA Malang
Lantai 2
409332

Jl. Kawi Selatan 1/22
Malang
Telp/Fax: 0341 - 402171
Email: hachaturian@yahoo.com



•Souvenir Various •Art Ceramic •Natural Ceramic

Yan's KERAMIK
SRI HANDAYANI

HP. +628123216834
OFFICE:
Jl. MT. Haryono 20/55
Diponegoro - Malang - East Java - Indonesia
Telp. 62-341-572135 Fax. 62-341-572135
E-mail: yanderani@yahoo.com

FUO HANDICRAFTS

Lilik Aurtini

PHONE: 0341-582099
MOBILE: 081-7050679
E-MAIL: lilikhandicrafts@yahoo.com

TAXI

TAXI ARGO 488 488
TAXI CITRA 71 71 71
TAXI MANDALA 17 17 17

Hannie Purwandari
0341-419985
081 931 856 423
Email : honeyproduk.purwandari@gmail.com

HONEY Boutique
Matahari Pasar Besar Lt. III Blok B9/02
Rumah :

RAISSA ANG
www.raissaang.multiply.com

crochet product: garment applique, brooch, headband, etc

Raissa Anggraeni P.
+62 856 499 40905

Jl. Danau Semayang V E2F/16
Phone +62341714441/717546
raissaang@gmail.com

MANDIRI JAYA
gerabah & souvenir

Jl. Mayjend Panjaitan XVII137
Telp : (0341) 774 45 67

AC ANDIEN COLLECTION
Handycraft & Souvenir

Merupakan:
Souvenir kayu, Meja & Lampu Hias motif onix, tas,
Pemuk rumah tangga (Sarung bantal kursi,
taplak meja, tudung saji, tempat tisu, tempat HP dll)

Ir. ERNA SUHERLIN
Pondok Kopi Estate 1/1 Malang

0341 - 410 256
081 334 467170
0898 584 2310

CURRICULUM VITAE

Nama : Karuniawan Andre Endarto

Nomor Induk Mahasiswa : 105030100111120

Tempat dan tanggal lahir : Bojonegoro, 18 September 1992

Pendidikan : 1. SDN Sukorejo III, Bojonegoro Tamat tahun 2004
 2. SMP Negeri I Padangan, Bojonegoro Tamat tahun 2007
 3. SMA Negeri 2 Bojonegoro Tamat tahun 2010

Pengalaman Organisasi : 1. Kepanitiaan Ospek PK2MU Universitas Brawijaya 2012
 2. Kepanitian PANWASLU BEM Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya 2012

